

ISSN 2412-9682

Теория и практика современной науки

№3(9), март, 2016



МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ
ЖУРНАЛ

«Теория и практика современной науки»

<http://www.modern-j.ru>

ISSN 2412-9682

Свидетельство о регистрации
средства массовой коммуникации
Эл № 61970 от 02.06.2015г.

Редакционный совет:

*Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
Смирнова Т.В., доктор социологических наук, профессор,
Федорова Ю.В., доктор экономических наук, профессор,
Плотников А.Н., доктор экономических наук, профессор,
Постюшков А.В., доктор экономических наук, профессор,
Долгий В.И., доктор экономических наук, профессор,
Тягунова Л.А., кандидат философских наук, доцент*

Отв. ред. А.А. Зарайский

Выпуск № 3(9) (март, 2016). Сайт: <http://www.modern-j.ru>

© Институт управления и социально-экономического развития, 2016

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ

*Kabdollayeva D.K.
student*

*Eurasian National University named after L.N.Gumilev
Kazakhstan, Astana*

*Abdramanova G.K.
Ph.D.*

*Eurasian National University named after L.N.Gumilev
Kazakhstan, Astana*

HOSSPITALITY MANAGEMENT IN KAZAKHSTAN

Аннотация: *О роли гостиничного хозяйства в туристском бизнесе РК. Анализ гостиничного сектора в ряде регионов .Роль Правительства Казахстана в Концепции развития туристской отрасли .*

Ключевые слова: *экономика, гостиничный бизнес, туризм, ЭКСПО, ресурсы.*

Abstract: *This article is about the role of the hotel industry of tourist business in the Republic of Kazakhstan. It considers the analysis of the hotel sector in a number of regions and the concept of development of the tourist industry the Government of Kazakhstan.*

Key words: *economy, hospitality, tourism, EXPO resources.*

The tourism industry plays an important role in economy of many development countries. Its development is a vast job market and gives huge opportunities for people .

Hotel industry is closely connected with the sphere of tourism. Tourist flows are directly dependent on the size of this sector of industry -tourism and the quality of the proposed premises.

It is difficult to underestimate the enormous role of infrastructure, which gives a new term as hotel industry for the economy.

In recent years, Kazakhstan has been actively included in the global tourism trade. However, the analysis of the state of development of the hotel industry in the country represented that the development of this business in Kazakhstan holds on only at the initial stage. Because of our country is one of the youngest country in the world. After taking the sovereignty, special attention was paid to other sectors of the economy, which in the first place were necessary for the development of the country. For example: agriculture, industry, textile industry, etc. Despite having had the greatest places with different types of resources, Kazakhstan occupies a small numbers in the world tourist flow. According to WTO estimates, the potential of the Republic of Kazakhstan allows to take up to 40 million foreign tourists in a year, which is 4 times larger in comparison with today.

For the development of the hotel business in Kazakhstan, as well as the CIS countries, strongly influenced by the processes of globalization. This process is

primarily manifested in the spread of world hotel chains. Foreign management brings with it a high level of service quality.

Many of the problems are already in the stage of resolution, but more needs to be solved. In the recent days, we should to state: it has no coherent system of tourism with all necessary attributes in our country such as - advertising, trade in services, transport, accommodation, food, communications, security, and others. One of the main problem is a low level of economic and social development of the country, which can be classified as a tourist-exporting countries, where profitable to accept foreign tourists, rather than send abroad their own.

On the whole in the sphere of tourism dominates tourists leaving the process abroad. The number of departing tourists has stabilized and it is on average about 700 thousand people per year. The highest part of them go abroad for business purposes.

As of January-March 2015 in Kazakhstan, the number of objects involved in the placement of visitors amounted to 2 103 units in which there are 51,743 rooms, with one-time capacity of 115,906 beds. The main part of rooms are concentrated in the cities like Almaty (13%), Astana (12.9%), East part of Kazakhstan (12.8%), Atyrau (8.9%), Karaganda (8.9%) and Akmola (8, 8%) areas. Number of rooms reached 51,743 rooms, an increase of 19.1% compared to the same period last year.

Now the Kazakh hospitality sector expects a bright future. There are such large-scale projects like the Universiade, EXPO-2017 and others are actively contribute to the promotion of the country on the world stage and the influx of tourists. According to the Department of Statistics, in the first half of 2014 five-star hotels were handled 26.35% of the total number of tourists, the 4-star - 37.85%, hotels without category - 20.36%.

On this basis, we can make rating: the first place - 4 star hotels, the second place - 5 star hotels, the third place - hotels without category.

We can confidently assert that the expected growth and development in the field of hotel industry of Kazakhstan. And the government adopts for that certain steps. Of course, the problem is not small, but they are gradually being resolved. The effectiveness of this business will be directly related to the qualified experts, conduct a reasonable pricing policy, the introduction of modern technologies and other factors, which were announced in the Concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan, "Plan of the nation 100 Steps" and the program "Nurly Zhol".

Literature:

1. JR Walker Introduction to hospitality. - M.: UNITY 1999.
2. stat.gov.kz

*Niyazova Naima
assistant*

Ozbekistan, Namangan

Namangan Engineering-Pedagogical Institute

DECISION WHICH IS PROVIDING OF EFFECTIVE MOVING OF LIMIT OF WATER AND GAS IN NORTHERN NISH AN MINE

ABSTRACT

Results of Northern Nish an mine, in other words, in layer has change of pressure and decision of providing of effective mooring of limit of gas-water, counting of determination of technological parameter and gas-hydrodynamic of management of object, according to maked result is based in other words change of pressure of layer and according to moving of limit of gas-water throng making of decision is organized chance. This position changes change of region of using mines, so it increases chance of digging in watery layer.

***Keywords:**Planed diging, amout of gas, period of control , doing of plan, scale of quality, using of time, pressure of layer.*

INTRODUCTION

Decision is not general, it is not event which is doing same time. It is organized several stages ant it is happened certain time. Every process in natural physical, chemical, social, although it is conscious process, develops which basic of special law. But other processes influence this process and it Influences to other process, which processes are concerned each other.

Manager effects change process directed which, it wants. Consequence, parts should be that manager effects. In reception process resource which selected managers effect practical resource.

Above mentions, in Northern Nish an mine we learn about decision which effective limit of providing optimum regime.

Basic aim of optimum regime is doing digging based on external and internal effects, and last of using digging of well period, so their digging opportunity watery layer energy consisting of providing. Digging plan $(t, t+1)$ middle $q(t)$ selecting plan T digging in period $Q(T)$ quantity of gas is expressed. This order indicated $(0, T)$ period.

Result of doing of exercise is determined but we cannot control indications. Because optimum management system present demand level is directed in general $(t, t+1)$ in singular period dig plan complete T in period $Q(T)$ you can do until sum up in planning of period. This is basic peculiarity of operational regime

$q(t)$ (this is $t = \overline{0, T-1}$) and $Q(T)$ using of method of doing of many scale exercise is considered. We can offer to doing like exercises through special procedure.

We tell about in operation regime appearance of improving exercise quality

of indication of administration which connected in operation regime being optimum of exercise with quality of indication at the same time.

We can indicated quality of scale:

$$J(U) = \int_{t_0}^T \int_{\Omega} [P_1(x_n, t) - \bar{P}_1(x_n, t)] ds dt \quad [1]$$

there is $\bar{P}_1(x_n, t)$ - in layer, function of saving of gas state, t_0, T - make use of time Ω - fields.

We should consider which is solving optimum management type of technical economic limit. There is $q_{v \min} \leq q_v \leq q_{v \max}$ - limit of debit of each well, v - the number of wells, $q_{v \min}, q_{v \max}$ upper and down determined valve of normal technological regime of working of every well.

Pressure of layer limit.

$$P_{1,j} > P_{1 \min}, \quad \sum_{v=1}^{\Pi} q_v(t) \leq Q_{plan} \quad [2]$$

Testing time beginning of a full day, week, month, year, in real condition layer, gas pressure manager system of determination collection of parameter.

We can divide conditionally following groups; internal parameter, side of indication of side which counting parameter and eternal environment parameters.

We choose to purpose following factors:

$$x_1 = k_{ol} \cdot Q_{ac} / Q_{plan} \quad x_2 = Q_{pr} / Q_{plan} \quad x_3 = T Q_t / Q_{plan} \quad x_4 = \Delta Q_{plan} / Q_{plan}$$

$x_5 = (T - t) / T$, $x_6 = Q_t / Q_{current}$ there is Q_{plan} - planned digging Q_{ac} - quantity of gas in control time, k_{ol} - coefficient of group in last time, Q_{beg} - collection prophetic size of consumption in control time Q_t - to beginning of control time from now, present collection of digging gas ΔQ_{plan} - working plan during in last control time ($\Delta Q_{plan} > 0$) not working ($\Delta Q_{plan} < 0$).

So, x_1 - relation between plan and prophet in factor, x_2 - relation between are plan of digging and predict of using, x_3 - quickness of doing following work, x_4 - real size of digging and lack of relatively balance middle of plan of digging in control time, x_5 - in singular part of spare of time which period of following control. x_6 - it reflects doing of plan in nowadays in singular part x_1 - mythical variable $x_{1 \min} \leq x_{1 \max}$ it limits through clauses there is $x_{1 \min} = Q_{manage. \min} / Q_{plan}$
 $x_{1 \max} = Q_{manage. \max} / Q_{plan}$

Using of practical system consist in following stages:

- analyzing of management and decision in condition
- optimizing of collection of preparation process indication of digging

regime

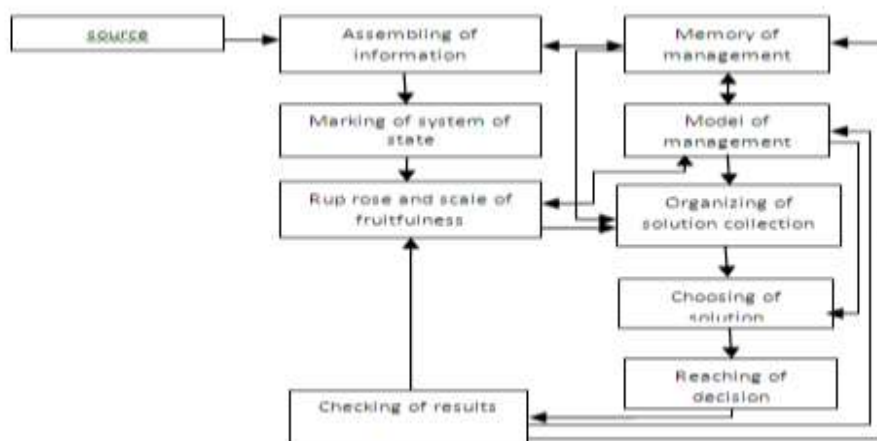
Following condition begins last prediction compared with real regime indications base on checking of model of object. If there have high differences between counting and real indication. It is suited models. After $\{x_i\}$ factor of space of analysis is counted.

Decision concerns conditionally question of automatic separation, it is used inconsequence learning

Following condition concerns one of classes

- Digging regime is not recommended to change
- Digging regime is recommended to suit
- Using of chance (change of well regime) is recommended
- Using of supply chances and gidding regime is recommended to suit

In the first picture, about results, which decision general block is.



1-picture. Reaching of solution.

When change of digging regime is decided after. If critical position does not happen. But sometimes, you can change idea of the best regime

In special position daily practice using of regime which support of being of minimum spending, in other position, becoming less of passing side of well in water layer

During in digging time, responsible person can demand list of minimum regime, when he should count requirement which we learn about problem of manage of gas-water limit, for the purpose of decision in Northern Nathan well

In conclusion, we can decide to being affective of moving of change of gas-water limit and debit in near border of well.

References

1. Konovalov A.N. Tasks problems of filtering multiphase incompressible fluid.-Novosibirsk: Science, 1988.-166 page.
2. Marchuk G.I. Methods of calculus mathematics.-M.: Nedra, 1977.-456 page.
3. Katkovnik V.Y. Nonparametric identification and data smoothing.-M: Science, 1985.-408 page.
4. Jakbarov O.O. Models and optimal algorithm of controlling filtering system: Dus...kand. Tech. science.- Tashkent. AHRUZ IK, 2004.-138 page.

Азизов М.Н.
магистр
ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ
Россия, г. Уфа

ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности невербальных средств общения. Невербальная коммуникация представляется несколькими системами. Знание языка невербального общения необходимо в современном динамичном мире, чтобы эффективно строить наши деловые отношения с партнёрами и не забывать о радостях общения с близкими людьми.

Ключевые слова: невербальное общение, язык, коммуникация, система.

О роли общения в жизни людей восторженно заметил Антуан де Сент-Экзюпери: «Единственная настоящая роскошь – это роскошь человеческого общения». Однако для современного человека вообще, и руководителя, специалиста, в частности, общение не столько роскошь, сколько постоянная жизненно и профессионально необходимая потребность.

Альберт Мейерабиан установил, что передача информации происходит за счёт вербальных средств на 7 %, за счёт интонации на 38 %, и за счёт мимики и жестов – на 55%. Профессор Бердсвилл, проведя аналогичные исследования, также выявил, что в среднем человек говорит словами только в течение 10 –11 минут в день, и каждое предложение в среднем звучит не более 2,5 секунд. Таким образом, словесное общение в беседе занимает менее 35 %, а более 65 % информации передаётся с помощью невербальных средств общения. Следовательно, значительная часть «коммуникативного айсберга» лежит под водой, в области невербального общения [1, с.72].

Поэтому для создания целостного представления о процессе общения важно учитывать невербальные способы взаимодействия партнеров, поскольку две трети информации о собеседнике мы получаем, наблюдая за его поведением. Это обусловлено тем, что невербальное общение включает более семисот тысяч мимических и жестовых движений рук и тела, что многократно превышает количество слов в нашем родном языке. Более того, «богатейший алфавит» неречевых «слов» говорит об истинном состоянии человека, т.к. имеет рефлекторную природу [2, с.96].

Невербальная коммуникация обычно представляется следующими системами: визуальная, акустическая, тактильная, ольфакторная.

Визуальная система общения включает в себя: жесты, мимику, позы, кожные реакции, пространственно-временную организацию общения, контакт глазами, вспомогательные средства общения, в т.ч.: подчеркивание или сокрытие особенностей телосложения, использование средств

преобразования природного телосложения и пр.

Акустическая система подразделяется на следующие аспекты: паралингвистическая система (система вокализации, т. е. темп голоса, его диапазон, тональность); экстралингвистическая система (включение в речь пауз, а также других средств, как-то: покашливание, смех, плач, темп речи).

Тактильная система – прикосновения, пожатие рук, объятия, поцелуи.

Ольфакторная система – приятные и неприятные запахи окружающей среды, естественные и искусственные запахи человека [3, с.89].

Особенностью невербального языка является то, что его появление обусловлено импульсами человеческого подсознания, и человек, не владеющий методикой контроля своих невербальных средств выражения, не может подделать эти импульсы, что позволяет доверять этому языку больше, чем обычному, вербальному каналу общения. Считается, что подделывать или копировать жесты и другие невербальные знаки практически невозможно, поскольку в течение длительного времени нельзя контролировать всю их совокупность и одновременно еще и произносимые слова.

На невербальные средства общения накладывает сильный отпечаток каждая конкретная культура, поэтому для всего человечества общих норм нет. Невербальный язык другой страны приходится учить так же, как и словесный. Невербальные знаки могут соответствовать или не соответствовать словам человека, которые они сопровождают. Если соответствие имеется, они усиливают вербальную информацию, а если отсутствуют, ориентироваться нужно на невербальные знаки, поскольку их информативность примерно в пять раз выше, чем слов. Выносить суждение следует лишь тогда, когда несколько сигналов тела указывают на одно и то же. Их должно быть не просто несколько, а целый ряд, относящихся к разным формам проявления [4, с.178].

Знание языка невербального общения необходимо в современном динамичном мире, чтобы эффективно строить наши деловые отношения с партнёрами и не забывать о радостях общения с близкими людьми.

Таким образом, все системы невербальной коммуникации существенно дополняют речевое воздействие, как усиливая его, так и ослабляя. Кроме того, именно невербальные средства общения представляют более точную информацию о душевном состоянии, настроении собеседника, отношении к партнеру и к обсуждаемой проблеме, чем его слова, помогают выявить такой существенный параметр делового общения, как намерения его участников.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Язык жестов в деловом общении. /Актуальные вопросы профессиональной коммуникации в государственном и муниципальном управлении. Сборник научных статей научно-практической конференции. – Уфа: БАГСУ, 2010. – С.72 – 76.
2. Игебаева Ф.А. Деловые коммуникации в формировании коммуникативной компетентности современного специалиста агроуниверситета. // Репликация

культуры общества в контексте профессионального образования. Книга 2. Коллективная монография. – Георгиевск: Георгиевский технический институт, 2013. – С. 78–113.

3. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений [Текст]: учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 368 с.

4. Кузнецов, И. Н. Деловое общение. Деловой этикет [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / И. Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 431 с.

Амбариумян С.Е.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва

ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. *Статья посвящена обзору методов управления производственных процессов. Исследуются способы и пути решения проблем, возникающих в процессе управления.*

Ключевые слова: *управление, производственные процессы, пути решения.*

Производственный процесс – совокупность взаимосвязанных процессов труда и естественных процессов, в результате которых исходные материалы превращаются в готовые изделия.

В зависимости от характера и масштаба выпускаемой продукции производственные процессы могут быть простыми и сложными. Продукция, изготовленная на машиностроительных предприятиях, как правило, состоит из большого количества деталей и сборочных единиц. Детали имеют разнообразные габаритные размеры, сложные геометрические формы, обрабатываются с большой точностью, для их изготовления требуются различные материалы. Всё это усложняет производственный процесс, который делится на части, и отдельные части этого сложного процесса выполняются различными цехами и производственными участками завода.

Управление технологическим процессом зависит от конкретной структуры определённого предприятия. А также от способа построения функциональной системы предприятия.

При централизованном способе все функции управления сконцентрированы в функциональных отделах управления предприятия.

В цехах и на участках оставлены только линейные руководители. Для приближения функционального аппарата к производству часть этого аппарата может быть размещена на территории цехов, которые она непосредственно обслуживает. Но работники этой части подчиняются

начальнику общего функционального отдела предприятия. Централизованная система оправдывает себя при небольших объёмах производства, хотя она и широко применялась в прошлом на всех предприятиях в “застойные” времена.

При децентрализованном способе все функции обслуживания передаются цехам. Каждый цех превращается в замкнутое производственное подразделение.

Наиболее эффективен смешанный способ, который получил наибольшее применение на большинстве предприятий. При этом вопросы, которые могут более оперативно и лучше решить цех или хозяйственное бюро, передаются в их ведение, а методическое руководство функциональными подразделениями и контроль за качеством продукции выполняют функциональные отделы аппарата управления предприятием.

Так как основная часть производственного процесса проходит непосредственно в цехе, он имеет свой аппарат управления технологическим процессом. Во главе цеха стоит начальник, назначаемый из числа опытных, высококвалифицированных работников и подчиняется директору предприятия. Он организует труд всего коллектива, проводит мероприятия по производству механизации и автоматизации производственного процесса, производству внедрению новой техники, осуществляет меры по охране труда.

Для решения конкретных технико-экономических задач в крупном цехе создаются:

техническое бюро, занимающееся совершенствованием технологических процессов производства, оказанием помощи участкам при освоении технологических процессов и контролем технологической дисциплины;

производственно-диспетчерское бюро, осуществляющее оперативно-производственное планирование и управление производственным процессом;

группа механика цеха, обеспечивающая уход за оборудованием и его ремонт.

Для упрощения процесса управления на предприятии также используются автоматизированные системы управления, которые решают три задачи:

- оперативное планирование и управление всех цехов завода;
- технико-экономическое планирование и материально-технического снабжения;
- учёт движения товарно-материальных ценностей, готовой продукции, расчётов с поставщиками, кассовых и банковских операций.

Действующие АСУ безусловно доказали свою исключительную экономическую эффективность.

Использованные источники:

1. Варнаков В.В. Надежность технических систем / В.В. Варнаков, О. Н.

Дидманидзе. -Ульяновск: УГСХА, 2004. -139 с.

2. Дидманидзе О.Н., Есеновский-Лашков Ю.К., Пильщиков В.Л. Специализированный подвижной состав автомобилей агропромышленного-комплекса. Учебник. М: УМЦ, «ТРИАДА», 2005. - 200.с.

3. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.

4. Жирнов А.В. Многовариантные прогнозные расчеты ожидаемой прибыли предприятия /А.В.Жирнов //Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. - № 28-2. – С.121-126

5. Жирнов А.В. Роль охраны труда в обеспечении мотивации работника /А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Экономика и социум. – 2014. - № 3-1 (12). С. 647-650

6. Лапшина, Г.В. Социальный пакет как элемент мотивации персонала/Г.В. Лапшина,Ю.А. Лапшин,А.В. Жирнов // Международный технико-экономический журнал. -2014. -№2. -С. 76-79.

7. Шленкин К.В. Программы охраны труда и социальная ответственность менеджмента / К.В. Шленкин, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. – 2014. - № 3-3 (12). – С. 596-599

8. Тронин Ю. Н. Управленческие решения: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 309 с.

Амплиев Е.А.

студент 4 курса

институт компьютерных технологий

и информационной безопасности

Южный федеральный университет

Шилов А.К., к.техн.н.

доцент

кафедра «Безопасности информационных технологий»

Россия, г. Таганрог

УСТРОЙСТВО КРИПТОГРАФИИ В БИОМЕТРИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ, СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И УЯЗВИМОСТИ

В статье рассматривается явление объединения, слияния криптографии и биометрии. А так же результирующая обобщённая оценка.

Ключевые слова: криптография, биометрия, система, данные, достоинства и недостатки.

The article deals with the phenomenon of combining, merging cryptography and biometrics. As well as the resulting overall assessment.

Keywords: cryptography, biometrics, system, data, advantages and

disadvantages.

В современное время происходит слияние различных систем. В данном рассмотрении используются криптографические и биометрические. Это обусловлено тем, что криптография достаточно широко используется с целью обеспечения секретности информации, а это, в свою очередь, влечет необходимость в должной защите ключа, принадлежащему законному пользователю. Ключ, в относительно обычном виде, представляется как некоторая последовательность символов, иначе – пароль. Практически, сохранение ключа в секретности и есть основная задача в использовании криптографической системы. Главным недостатком такого вида ключа является его форма хранения. Так, например, пользователь может записывать пароль на носитель, что повышает вероятность его раскрытия, наиболее это актуально в крупных системах, где участвует множество клиентов и за счёт регулярности смены пароля, в целях обеспечения более высокого уровня безопасности, некоторые из них могут записывать ключ, во избежание его потери.

В борьбе с подобными ситуациями существует возможность изменения формы ключа. А именно – биометрическая. Для такого вида можно выделить достоинства: 1) биометрические данные пользователя достаточно трудно фальсифицировать, это возможно, однако не может быть эффективным, так как требуются колоссальные затраты; 2) биометрические характеристики каждого клиента сети, человека являются уникальными, а значит их достоверность очень высока; 3) главным преимуществом перед паролем – биометрический идентификатор невозможно утратить или забыть; 4) для аутентификации пользователя в системе необходимо его присутствие; 5) исключена ошибка пользователя, в парольной же форме она не редкость. Основными же недостатками является: 1) достаточно высокая цена биометрических систем в принципе; 2) возникновение в системе идентификации пользователя ошибок. Однако на этом недостатки не заканчиваются, для каждого метода идентификации клиента той или иной сети характерны свои минусы. Для случая, когда определение пользователя происходит по средству считывания отпечатка пальца, характерно то, какой используется сканер. Оптический сканер, безусловно, имеет высокие характеристические качества, однако площадь, с которой выполняется считывание очень чувствительна, то есть следует исключать факт её загрязнения, то есть может возникнуть ситуация, когда пользователь не получит доступа к защищенной системе, а значит требуется дополнительное внимание к системе. Для лазерного сканера ситуация обратная. В этом случае качество и надёжность несколько ниже, относительно оптического, и считывание идентификатора пользователя практически всегда осуществимо. Так же, при использовании подобных систем, следует учитывать физические особенности пользователей, так как не каждая биометрическая характеристика им может быть пригодна. Из этого можно сделать вывод, что

выбор методологии защиты зависит от сферы, в которой она необходима. Безусловно, можно утверждать, что применение пароля сильно уступает биометрическим характеристикам, так как он всё меньше соответствует требованиям безопасности – с увеличением сложности пароля, количества паролей для запоминания начинает возрастать человеческий фактор. Пользователь может выбрать более простой, с точки зрения запоминания, пароль, что приводит к различным угрозам. К тому же, высокая сложность пароля не обеспечивает должной защищенности, так как с ростом вычислительной мощности его подбор упрощается в разы. Область связанная с биометрией является несомненно перспективной, однако требует повышенного внимания на уровне проектирования и обеспечения высокого уровня функциональности на протяжении всего срока пользования.

Использованные источники:

1. Давлетханов М. Недостатки биометрии // http://www.infobez.ru/article.asp?ob_no=2881.
2. Задорожный В.В. Обзор биометрических технологий. Защита информации. Конфидент//2003. № 5 (53).
3. О.В.Куликова. Биометрические Криптографические Системы и их применение. Режим доступа: статья.

Анисимов И.Н.

студент

Бенько Е.В.

старший преподаватель

*Ульяновский государственный
технический университет*

Россия, г. Ульяновск

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА 2014-2016 ГГ. НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ И СТРАН БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

Аннотаци: в статье приведены основные проблемы, с которыми столкнулась Россия и страны ближнего зарубежья из-за финансового кризиса 2014-2016гг. Рассмотрены причины возникновения кризиса в России. Оценены социально-экономические последствия, к которым он приводит и пути дальнейшего развития экономики страны.

Ключевые слова: Финансовый кризис, экономика, инфляция, доходы населения, отрасли экономики.

Россия относительно недавно, в 2008 году испытывала трудности в экономике. В то время события были прогнозируемыми и не вызывали существенные проблемы в социально-экономической области. Но уже в 2014 году, проблема финансового кризиса снова стала актуальной и более масштабной. Многие специалисты в области экономики и финансов, делают различные прогнозы, как позитивного, так и негативного характера, в отношении будущей экономической ситуации в России.

Масштабный экономический кризис в России, начался в начале 2014

года, связанный с резким спадом мировых цен на нефть, а также с введением санкций в отношении России из-за событий на Украине (присоединение Республики Крым и города федерального значения Севастополь). Эти события создали проблемы в следующих областях:

1. Снижение курса рубля по отношению с мировыми валютами. Исходя из данных статистической отчетности, курс доллара и евро на 18 декабря 2014 года побил исторические рекорды, и составили 68 и 85 рублей соответственно.

2. Увеличение инфляции. По данным статистической отчетности, уровень инфляции за последние 12 месяцев составил 13,76% это говорит о том, что инфляция в среднем за месяц растет на 1,1%. [1]

Таблица 1 - Динамика уровня инфляции за 2014-2015гг.

	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Год
2016	1,96	0,41											2,37
2015	3,85	2,22	1,21	0,46	0,35	0,19	0,80	0,35	0,57	0,74	0,75	0,77	12,91
2014	0,59	0,70	1,02	0,90	0,90	0,62	0,49	0,24	0,65	0,82	1,28	2,62	11,36

3. Уменьшение реальных доходов населения. Главной причиной падения доходов стала упомянутая выше инфляция. Данные подтверждающие это утверждение представлю в диаграмме 1.

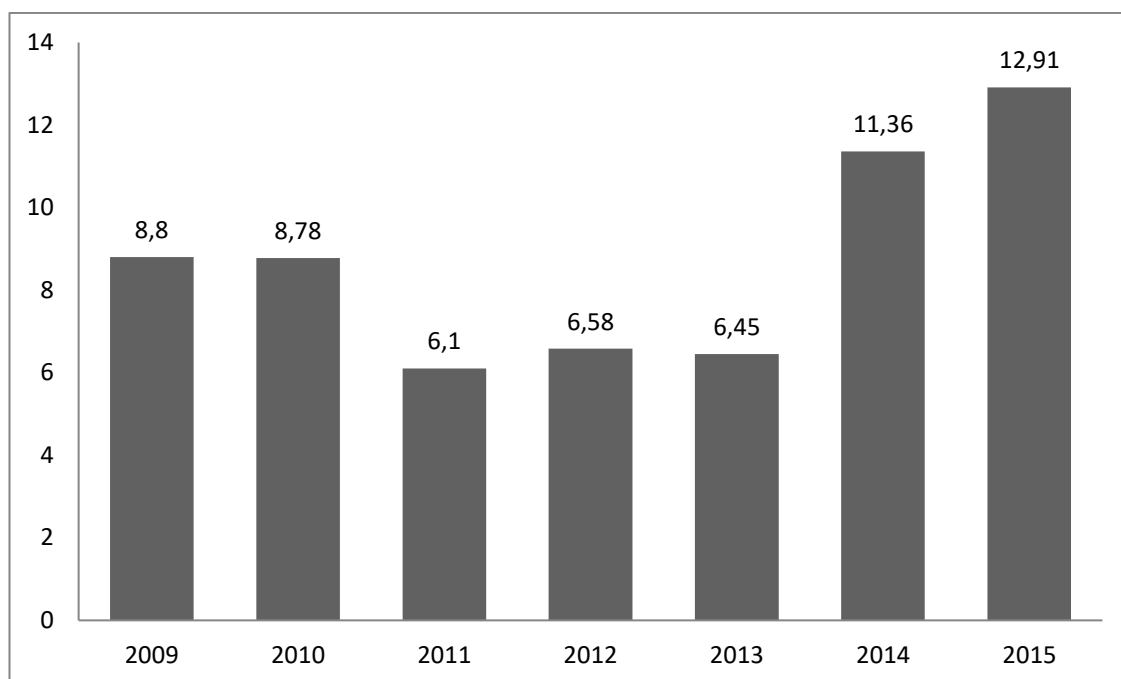


Диаграмма 1 - Динамика годовой инфляции в России 2008-2015гг.

В 2014 году, впервые со времен финансового кризиса 2008 года, инфляция достигла двузначной величины.[1]

4. Ухудшение ситуации в ряде отраслей российской экономики.

Автопроизводители в 2014 году повысили цены на свои автомобили из-за ослабления рубля. Уже в октябре средневзвешенная цена на новый легковой автомобиль составляла 990 тысяч рублей, что на 9,2 % выше того же показателя за 2013 год, а в ноябре - декабре цены продолжили расти из-за продолжающегося ослабления российской валюты.

В оборонной промышленности из-за роста цен на оборонную продукцию, по словам Дмитрия Рогозина, оказались под угрозой планы перевооружения Вооруженных сил России и оснащение Вооруженных сил в полном объеме. Рост цен Рогозин связал с кризисом и «внешним давлением», которое оказывается на Россию.

В розничной торговле из-за ослабления рубля, в начале 2015 года цены на электронику выросли на 20 %. В итоге за 3 недели декабря в Москве цены на электронику выросли на треть. Магазины одежды, товаров роскоши, косметики, ювелирных изделий, аксессуаров повысили на 25-30 % цены на свои товары, перед этим временно закрывшись для изменения цен.

Банковская система серьезно попала под удар со стороны американских санкций. Некоторые банки приостановили выдачу кредитов и ипотеки после ослабления позиций рубля и поднятия ключевой ставки с 10,5% до 17% в ночь на 16 декабря 2014 года. В связи с поднятием ключевой ставки по кредитам по заявлению депутата Государственной Думы Андрея Крутова, из-за проблем с погашением валютной ипотеки около 50 тысяч россиян могут лишиться жилья. Эти события, по моему мнению, оказали серьезный удар на социально-экономическую жизнь граждан России.[2]

Данные события задействовали не только физических и юридических

лиц РФ, но также негативные последствия для своей деятельности потерпели и международные компании, ведущие бизнес в России. Этому свидетельствовало падение прибыли компаний из-за сокращения потребительской активности населения, а часть из них сообщила о выводе своего капитала из России. Примером служит концерн Adidas, специализирующийся на производстве одежды, компания приостановила планы развития в России и закрыла некоторые магазины из-за снижения потребительского настроения граждан.

Проблемная экономическая ситуация в России негативно повлияла на экономику некоторых стран ближнего и дальнего зарубежья, которые имели тесные экономические связи с Россией. Таких стран как:

1. Армения. Курс национальной валюты Армении за 2014 год обесценился на 30%. Если в начале года доллар США стоил 410 драм, то 17 декабря уже превысил 527 драм. В последующие дни драм немного стабилизировался, достигнув 470 драм за доллар. Из-за девальвации национальной валюты, цены на некоторые товары увеличились на 15-20 %, а на часть продуктов питания на 40 %.

2. Азербайджан. Данное государство существенно ощутило негативное влияние российского кризиса на своей экономике, а именно из-за снижения цен на нефть. В феврале 2015 года произошла девальвация азербайджанской валюты на 33,55% — официальный курс доллара по отношению к азербайджанском манату был установлен на уровне 1,05 AZN за доллар.

3. Белоруссия. Наши коллеги в области экономике и братский белорусский народ, существенно пострадали от российского кризиса 2015 года. Национальная валюта данной страны подешевела более чем на 13% к доллару США. Расчеты Белоруссии с Россией производились в российских рублях, от данного сотрудничества государство потеряло 739 млн. долларов на торговле с Россией за 2014 год. Позже в конце декабря президент Лукашенко принял решение перевести расчеты с Россией в доллары США.

4. Украина. Государство, вокруг которого разворачивалось столько актуальных событий, начиная с 21 ноября 2013 года и по сегодняшний день, также пострадало от финансового кризиса России. Гривна обесценилась в 2 раза (с 8 до 15,85 гривен за доллар США) за 2014 год из-за сложной политической и экономической ситуации в стране.[3]

Я считаю, что введение санкций против России сильно влияют на экономику страны. С одной стороны это негативный момент, потому что международный рынок закрывается для РФ, следовательно, будет возникать потребность у населения в продуктах и услугах. Будет падать ВВП и ВНП, ведь Россия находится на 6 месте в мире по уровню ВВП. Вторая сторона медали - это положительная сторона, где России предоставляется возможность развития собственной промышленности.

В которой будут открываться новые компании, которые способны производить продукты внутри страны, тем самым государство существенно снизит затраты связанные с покупкой импортной продукции. Новые

компании существенно пополняют бюджет страны, в виде налоговых выплат и обеспечат население страны новыми рабочими местами.

Использованные источники:

1. Информация о социально-экономическом положении России. 2014. – М.: Росстат, 2014.
2. Росстат. РБК 14.03.2016 / [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.gks.ru/>
3. Новостной портал. [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/>

Антоненкова С.И.

студент

направление подготовки 38.03.01 Экономика

ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА

Россия, г. Смоленск

**ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Аннотация. Рассмотрена возможность применения биогазовой установки, как эффективной технологии получения собственной энергии для сельскохозяйственного производства

Ключевые слова: энергоэффективные технологии, биогаз, сельскохозяйственная организация

Antonenkova S.I.

the student of 38.03.01 Economics Smolensk state agricultural Academy

Smolensk, Russia

**THE USE OF INNOVATIVE ENERGY-EFFICIENT
TECHNOLOGIES IN AGRICULTURAL ORGANIZATIONS**

Abstract. Consider the possibility of using a biogas plant as an effective technology of obtaining the self-energy for agricultural production

Keywords: energy-efficient technologies, biogas, agriculture organization

Реформирование агропромышленного комплекса выходит далеко за рамки отраслевых проблем, так как АПК - не только важнейшая часть народного хозяйства, но и основа национальной безопасности России. Продовольственную безопасность в стране и регионе можно обеспечить стабильной работой отечественного сельхозпроизводителя, что реально только при функционировании всей многоукладной экономики сельского хозяйства. В современных условиях добиваются высокой эффективности производства только те сельскохозяйственные предприятия, экономика которых опирается на инновационные технологии [1].

Рыночные преобразования, становление новых экономических отношений сопровождается ростом цен на топливно-энергетические

ресурсы. Темпы повышения этих цен сегодня опережает темпы снижения потребления агропромышленным комплексом нефтепродуктов, электроэнергии, газа. Доля прямых и косвенных энергозатрат в структуре продукции аграрного производства возросла до 50%. В этой связи вопросы экономии тепла и энергии, использования в аграрном производстве собственных нетрадиционных источников энергии поднялись на качественно новый уровень актуальности, ориентированный, прежде всего, на стабилизацию финансового состояния сельских товаропроизводителей в условиях многоукладности аграрного сектора экономики и становления рыночного механизма хозяйствования [4].

На сегодняшний день рынок биогаза наиболее развит в Европе, где 75 % биогаза производится из отходов сельского хозяйства. Здесь сосредоточено около 45 % мирового количества установок анаэробного сбраживания. Мировым лидером в производстве биогаза в настоящее время является Китай. Общий объем произведенного биогаза в стране составляет 14 млрд м³/ год. Однако рынок биогаза в России развивается очень медленно. В структуре топливно-энергетического баланса страны ведущая роль принадлежит таким энергоресурсам, как газ (53% совокупного потребления энергии) и нефть (18,9%). Кроме того, около 18% энергобаланса приходится на долю твердого топлива (угля и пр.). Нетопливные источники энергии занимают только 10,4% спроса [2].

Началом модернизации технологического цикла и шагом собственного производства электроэнергии в сельскохозяйственной организации может стать предлагаемый инновационный проект установки нового оборудования, в работу которого заложены биологические процессы сбраживания и разложения органических веществ под воздействием метанообразующих бактерий в анаэробных условиях.

Сырьем для работы биогазовой установки послужит навоз, который предприятие СПК «40 лет Октября» получает от своего поголовья крупного рогатого скота (табл.1).

Таблица 1 - Затраты по системе анаэробного сбраживания навоза

Показатели	Значение
Выход навоза от крупного рогатого скота за год, т	1410,5
Количество реакторов, шт.	1
Годовое производство биогаза, тыс. м ³	43,2
Производство электроэнергии, тыс. кВт	86,4
Оплата труда, тыс. руб.	8,16
Эксплуатационные затраты, тыс. руб.	406,73
-электроэнергия	48,07
-вода	73,70
-амортизация	186,0
-стоимость навоза	98,16
Прочие затраты	0,8
Себестоимость 1м ³ биогаза, руб.	9,6
Себестоимость 1 кВт-час.,руб.	4,8

Биогазовая установка позволит получить биогаза в размере 43,2 тыс. м³, а электроэнергии собственного производства – 86,4 тыс.кВт. При этом себестоимость 1м³ производимого биогаза будет 9,6 руб., а себестоимость 1кВт, получаемой электроэнергии составит 4,8 рубля. Экономия затрат по электроэнергии составит 47,52 тыс. руб.

Таблица 2 – Сравнение затрат на производство 1 ц молока

Статьи затрат	2015 год		Проект	
	затраты, руб.	структура,%	затраты, руб.	структура,%
Оплата труда с отчислениями	224,19	23	224,19	23
Средства защиты животных	19,50	2	19,50	2
Корма	350,91	36	350,91	36
Содержание основных средств	165,70	17	165,70	17
Работы и услуги – всего	107,22	11	102,22	11
В том числе на электроэнергию	48,70	5	43,70	5
Организация производства и управления	77,98	8	77,98	8
Прочие	29,25	3	29,25	3
Итого	974,75	100	969,75	100

Итак, в результате применения инновационных энергоэффективных технологий, связанных с биогазовой установкой, себестоимость 1 ц молока может снизиться на 0,5%, что позволит сельскохозяйственной организации повысить окупаемость молока на 0,7 процентных пункта.

Использованные источники:

1. Зарянкина, О.В., Семченкова С.В. Инновационное развитие сельских территорий [Текст] // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации: сб. науч. тр./ Смоленск, 2015. С. 55-61.
2. Ищук, О.В., Чулкова, Г.В. Использование энергоэффективных технологий производства продукции животноводства как резерва роста экономической эффективности [Текст] // «Современные тенденции сельскохозяйственного производства в мировой экономике: сб. науч. тр./ ФГБОУ ВПО Кемеровский ГСХИ.- Кемерово, 2015. - С.216-221
3. Ищук, О.В. Состояние внутреннего рынка молока и молочной продукции [Электронный ресурс] // Теория и практика современной науки. – 2016. – № 1(7). – С. 172-175
4. Подольникова, Е.М. Инновационная деятельность в агробизнесе: состояние и проблемы [Текст] // Инновационное развитие общества в период модернизации: сб. науч. тр. Ч.3. Саратов: Академия управления, 2014. – С. 10-12.
5. Чулкова, Г.В., Ищук, О.В. Оценка инвестиционной привлекательности сельскохозяйственной организации [Электронный ресурс] // Научные исследования и разработки 2016: сб. науч. тр. – М.: Олимп, 2016. С.1196-1199

*Артюхина А. С.
студент 3 курса
направление подготовки: Психолого-педагогическое образование
профиль: психология и социальная педагогика*

*Аверьянова Г.А.
старший преподаватель
кафедра «Общей педагогики и педагогики профессионального
образования»*

*Арзамасский филиал ННГУ
РФ, г. Арзамас*

*AS Artyuhina,
3rd year student, direction of training:*

Psycho-pedagogical education,

Profile: psychology and social pedagogy

Arzamas branch of UNN, Arzamas, Russian Federation

Averyanova, G. A., senior lecturer,

*Department "General pedagogy and pedagogy
and professional education"*

Arzamas branch of UNN, Arzamas, Russian Federation

**РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ В ПОДРОСТКОВОМ
ВОЗРАСТЕ НА ПРИМЕРЕ ВНЕКЛАССНОЙ РАБОТЫ В
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЕ
DEVELOPMENT OF CREATIVE ACTIVITY IN ADOLESCENCE
THE EXAMPLE EXTRACURRICULAR ACTIVITIES IN
COMPREHENSIVE SCHOOLS**

Аннотация. В статье рассматривается творческая активность как средство социализации детей подросткового возраста. Представлены цель разработки рекомендаций, задачи и рекомендации для педагогов.

Abstract. The article discusses the creative activity as means of socialization of adolescents. Presents the goal of developing recommendations, objectives and recommendations for teachers.

Ключевые слова: творческая активность, подростковый возраст, социализация, сотрудничество, воспитание.

Key words: creative activity, adolescence, socialization, cooperation, training.

Одной из актуальных на сегодня является тема: «Развития творческой активности». Воспитание творческой активности учащихся приобретает сегодня огромное, все возрастающее социальное значение. Острая необходимость в разработке научно-обоснованных рекомендаций в этой области объясняется потребностью массовой практики.

В сегодняшнее время каждый человек должен уметь быть конкурентоспособным. Это неизбежное явление развивающегося демократического общества и необходимейшее условие его прогресса. Под конкурентно способностью мы понимаем проявление не только деловых

качеств, а прежде всего способности человека постоянно вносить в свою деятельность оригинальное, работать в режиме поиска. Механизмом реализации этой способности может выступать творческая активность.

Огромный вклад в разработку проблем воспитания творческой активности внесли выдающиеся педагоги нашего столетия А.С. Макаренко, В.А. Сухомлинский, С.Т. Шатский и др. Изучению этой проблемы посвящены специальные исследования философов Г.С. Батищева, В.Д. Рубина, М.А. Данилова и др., психологов Д.Б. Богоявленской, Л.С. Выготского, Н.Д. Левитова, Н.С. Лейтеса, Я.А. Пономарева, С.Л. Рубинштейна, Ю.А. Самарина, Б.М. Тегоюва и др.

Методологической и теоретической основой исследования являются важнейшие положения педагогики, психологии, труды отечественных (С.Л. Рубинштейн, Л.С. Выготский, Б.М. Теплов, Е.Г. Скобельцина, С.Г. Глухова, Ж.А. Зайцева) ученых и их научные идеи, касающиеся вопросов творческой активности школьников [2].

В процессе творческого развития учащихся большое внимание уделяется творческому сотрудничеству, которое определяется как наиболее эффективная форма организации творчества. В связи с этим, деятельность учителя по организации творческого процесса направлена на развитие учащихся, посредством создания ситуаций успеха. Подобные ситуации успеха возможно создавать и на дополнительных внеурочных занятиях [1].

Таким образом, представления психологии можно рассматривать как теоретическую базу для проведения педагогических исследований, представляющих творчество не только как специфическое направление развития личности каждого обучаемого, но и как средство, позволяющее решать проблемы частно-методического характера.

Творческая активность и процесс творчества – понятия, которые не обязательно совпадают. Без активности нет творчества, но творческая активность может проявляться в любой деятельности, даже не носящей творческий характер. Творчество в науке и практике рассматривается как процесс создания нового, а творческая активность как способность к самореализации по созданию нового, общественно значимого [3].

Теоретическая значимость данной работы заключается в разработке структуры творческой активности учащихся на основе которой возможно построение конкретных учебных программ и в обосновании комплекса психолого-педагогических условий, способствующих повышению эффективности развития творческой активности подростков, при этом необходимо учитывать специфику конкретного учреждения.

Практическая значимость нашей работы состоит в том, что полученные результаты способствуют осознанию педагогическим коллективом учебно-воспитательных учреждений значимости, необходимости целенаправленного развития творческой активности учащихся. Разработанная программа развития творческой активности подростков может быть широко внедрена в учебно-воспитательный процесс.

В подростковом возрасте в развитии личности просматриваются некоторые особенности детей данного возраста, которые влияют на развитие творческой активности. В ходе нашего исследования мы ставили перед собой следующие цель и задачи.

Цель: разработка рекомендаций по совершенствованию процесса развития творческой активности подростков в условиях внеклассной работы.

Задачи:

1. Рассмотреть сущность и характеристику творческой активности;
2. Рассмотреть психолого-педагогическую характеристику подросткового возраста;
3. Определить роль внеклассной работы в развитии творческой активности;
4. Проанализировать опыт работы средней общеобразовательной школы по развитию творческой активности подростков в условиях внеклассной работы.

Изучив литературу по данному вопросу, теоретические и методические аспекты понятия творчества и развития творческой активности мы разработали рекомендации для педагогов, которыми могут руководствоваться также и студенты в ходе прохождения производственной практики. Стоит отметить, что предложенные рекомендации могут дополняться и изменяться с учётом сложившихся обстоятельств и условий входе осуществления педагогического процесса. При этом, также необходимо учитывать индивидуальное развитие конкретного ребёнка.

Рекомендации для педагогов:

- Разносторонность её содержания, и общественную направленность.
- Важной стороной этой работы является использование её массовых форм, как для воспитания школьников, так и для разумной организации их свободного времени.
- Педагогическому коллективу следует заботиться, чтобы внеклассная работа охватывала всех учащихся.
- Внеклассная работа должна способствовать развитию общественных интересов, активности и самостоятельности учащихся.

Составленные психолого-педагогические рекомендации составляют содержательную основу обеспечения эффективной подготовки педагогов к развитию творческой активности обучающихся.

Использованные источники:

1. *Аверьянова Г. А.* Проблема готовности студентов педагогических направлений к развитию творческой активности обучающихся. // Международная заочная научно-практическая конференция «Теория и практика психолого-социальной работы в современном обществе» Россия, Нижегородская область, г. Арзамас 25 февраля 2015 г. с. 292-297.
2. *Выготский Л.С.* Воображение и творчество в детском возрасте - СПб.: Союз, 1997.-91с.
3. *Щелина Т.Т., Аверьянова Г.А.* Проблема подготовки учителей к развитию

Афтахова Р.Х.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ

*Хочешь быть умным – научись:
разумно спрашивать; внимательно слушать;
спокойно отвечать и перестать
говорить тогда, когда нечего сказать.*

И. Лафатер

Аннотация: В данной статье дается характеристика основных этапов деловой беседы. Актуальность темы обусловлена тем, что при всем разнообразии форм делового общения, деловая беседа является самой распространенной и чаще применяемой. Следовательно, каждый специалист, независимо от его профессиональной деятельности, должен уметь правильно вести деловую беседу.

Ключевые слова: деловая беседа, аргументирование, собеседник, договоренность, деловой партнер.

Деловая практика XXI века представляет собой новый этап в развитии деловых отношений, когда первостепенное значение приобретает профессиональная подготовка будущих специалистов в любой сфере общественной жизни. Вместе с тем, сегодняшнее, быстроменяющееся время, с новым образом мыслей и действий, предъявляет спрос на активных, предприимчивых, компетентных деловых людей. А это, в свою очередь, требует развития коммуникативных возможностей современного специалиста.

Каждый, кто стремится добиться успехов в жизни, успешно продвигаться по карьерной лестнице, эффективно и грамотно общаться с людьми должен овладеть определенными знаниями и навыками в области межличностного и делового общения [1, с. 53].

Деловая беседа – речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода и их решению. Главная задача деловой беседы состоит в том, чтобы убедить партнера принять конкретные предложения.

Основными этапами деловой беседы являются:

◆ Подготовка к деловой беседе. В период подготовки к предстоящей беседе необходимо продумать вопрос ее целесообразности, подготовить необходимые материалы и документы. Прежде чем вступить в

контакт с собеседником, нужно установить доверительный контакт, привлечь его внимание, пробудить желание выслушать всю информацию до конца.

◆ Установление места и времени встречи. Договариваясь о месте и времени встречи, можно использовать позиции:

- позиция «сверху»: «Я жду вас в 10 часов у себя в кабинете».
- позиция «снизу»: «Мне желательно с вами посоветоваться, когда и куда мне подойти».
- позиция «наравне»: «Нам необходимо обсудить проблему, давайте согласуем место и время нашей встречи».

◆ Начало беседы. Максимальную трудность представляет для собеседников начало беседы.

Существуют способы эффективного начала беседы:

➤ Метод снятия напряжения помогает установить тесный контакт с собеседником. Необходимо только сказать несколько теплых искренних слов – и вы добьетесь этого.

➤ Метод «зацепки» позволяет кратко изложить ситуацию или проблему, увязав ее с содержанием беседы. В беседе можно использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личные впечатления.

➤ Метод прямого подхода означает непосредственный переход к делу, без какого бы то ни было вступления. Это прием является «холодным» и рациональным, имеет прямой характер и больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов [2, с.85].

◆ Постановка проблемы и передача информации. Для успеха беседы, важно спросить себя: какую цель может ставить партнер, и какого результата он ожидает от встречи. Необходимо предусмотреть, какой исход беседы устроит вас, и какой вариант вы считаете наиболее приемлемым для обеих сторон [3, с. 87].

◆ Аргументация – приведение доводов или аргументов с целью изменения позиции или убеждения другой стороны.

Аргументирование – способ обоснования выдвигаемых положений и убеждения собеседника в важности принимаемого решения. Важно вести аргументацию корректно к собеседнику, выслушивая его позицию и признавать его правоту. Не вступать в спор с собеседником, выражаться четко и понятно, стараться не употреблять термины.

◆ Парирование замечаний собеседника. Замечания собеседника означают, что он активно слушает, следит за выступлением. Замечания и доводы не нужно рассматривать как препятствие в ходе беседы.

◆ Принятие решения и фиксация договоренности. Если вам удалось переубедить партнера, можно переходить к достижению договоренности, которую надо зафиксировать. Можно предложить подписать подготовленный документ или зафиксировать в устной форме.

◆ Завершение деловой беседы. Если не удалось достичь договоренности, то необходимо красиво выйти из контакта. Если

договоренность достигнута, не следует злоупотреблять расположением и временем партнера.

♦ Анализ результатов деловой беседы. Любую беседу после ее завершения необходимо анализировать. Это дает возможность осознать допущенные просчеты, накопить полученный опыт на будущее.

Деловая беседа – шанс добиться поставленной цели. Самое главное, не превращать ее в томное времяпровождение, нужно сделать все так, чтобы собеседник ни на секунду не усомнился в важности этой беседы [4, с.168.].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. О профессиональной подготовке студентов аграрного университета по новым образовательным программам // Социально-политические науки. Международный межвузовский научный рецензируемый журнал. Москва, Издательский дом «Юр-ВАК», 2014, № 3 – С.53 – 55.
2. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
3. Кривокора Е. И. Деловые коммуникации: учеб. Пособие для студентов вузов. / Е. И. Кривокора. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 189 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
4. Сидоров, П. И. Деловое общение: учебник / П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева. – 2-е изд., перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 383 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

Ахметзянова Д.М.

магистр

ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ

Россия, г. Уфа

МАНИПУЛЯЦИИ И «ГРЯЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Аннотация: В статье отмечается, что в деловом общении часто используются разные уловки, психологическое давление, манипуляции с целью скрытого влияния на собеседника. Знание типичных манипуляций помогает их вовремя обнаруживать и противостоять им.

Ключевые слова: манипуляции, манипулятивное общение, обсуждение, провоцирование, техники воздействия, беседа.

Профессиональная деятельность – одна из сфер самореализации личности, когда человек имеет возможность раскрыть и проявить свои способности, личностные и профессиональные качества, добиться признания своей неповторимости, значимости для других людей и для общества в целом. Однако в коллективах с неблагоприятным морально-

психологическим климатом человек может столкнуться с одной из серьезнейших психологических проблем профессиональной карьеры личности – манипуляциями и «грязными технологиями» [1, с.118].

Под манипулятивными техниками понимаются всевозможные отвлекающие обманные приемы и способы воздействия (например, техника «запуска» слуха), которые побуждают собеседника к действиям и высказываниям, наносящим ущерб его интересам и которых он бы не совершил, если бы не был введен в заблуждение другой стороной. Обычно, когда рассматриваются манипулятивные техники, главный акцент делается на так называемый «элемент надувательства», используемый вами по отношению к оппоненту. Однако для более эффективного усвоения этих техник представляется оправданным рассмотреть их, основываясь на обратном принципе: для каких целей и замыслов используются эти техники вашим оппонентом по отношению к вам. Такой подход позволит быстрее приобрести навыки анализа конкретной ситуации и выявить скрытое воздействие на вас со стороны оппонента [2, с.189].

В любой тактической ситуации усилия оппонента направлены на то, чтобы манипулировать вами, с целью принять его приоритеты в ущерб вашим собственным. Рассмотрим типы манипулятивного воздействия, лежащие в основе большинства подобных техник.

Провоцирование ваших защитных реакций. Некоторые техники имеют целью поставить вас в позицию обороняющегося, чтобы вызвать у вас состояние необходимости объяснять, оправдывать и детально обсуждать все аспекты вашей позиции. Тем или иным образом оппонент стремится вызвать у вас своеобразное чувство вины в связи с позицией, которую вы занимаете в беседе. Партнер может допытываться, выражать сомнение, как бы предполагая, что ваша позиция не совсем разумна или неконструктивна, даже если ее рассматривать с точки зрения ваших собственных интересов. Главная цель такого маневра – ослабить вашу решимость, следовать своим целям. Когда это происходит, прекращайте все попытки оправдывать свою позицию.

Провоцирование вашего замешательства и дезориентации. Основной замысел такой техники – опрокинуть, расстроить, нарушить ваши планы, вывести вас из равновесия, побудить к действиям и высказываниям, которые могут нанести ущерб вашим интересам. Как правило, такие приемы реализуются в форме заранее спланированного действия или высказывания, которое совершенно неожиданно для вас и как бы «выпадает» из нормального хода беседы. Такой же эффект дезорганизации в беседе могут вызвать и «незапланированные» агрессивные реакции партнера с авторитарной структурой личности, для которого унижение и оскорбление других людей, стремление «загнать их в угол» типичная форма взаимодействия, привычная форма удовлетворения потребности власти. Независимо от «намеренного» или «спонтанного» использования этой техники, она, как правило, реализуется в форме неожиданных

провокационных вопросов, явных оскорблений или высказываний, унижающих ваше личное достоинство.

Анализируйте любую просьбу или предложение со стороны «любезного» оппонента, которые предлагаются вам с особым вниманием и заботливостью. Когда в отношении вас используется та или иная манипулятивная техника, вы без труда сможете распознать ее замысел каждый раз, пока вы четко и твердо сохраняете в сознании свои главные интересы. В каждом случае основная цель – отвлечь вас от этих интересов, сбить с толку и получить выгоду, основываясь на вашей искаженной реакции. Оставайтесь на позиции реальности в восприятии своих приоритетов, установленных вами самими на определенную перспективу. Осознавайте разницу между подлинными обязательствами в пользу ваших интересов и пустыми обещаниями, между поведением, приближающим к вашим целям, и поведением, уводящим в сторону [3, с.78-79].

Если настаивать на соблюдении всеми (начиная с себя) правил хорошего тона, уважении человеческого достоинства, высоких нравственных норм на рабочих местах, а также создавать атмосферу заботы о сотрудниках, то возможно создание в коллективе благоприятного морально-психологического климата и предотвращение использования «грязных технологий» [4, с.15].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Проблема моббинга и профессиональная карьера // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Материалы Международной научно-практической конференции; ТОМ 1., в 2-х томах. Курск, 2011. С. 118 – 119.
2. Горанчук В.В. «Психология делового общения и управленческих воздействий» – Нева, 2003. – 368с.
3. Чалдини Роберт. «Психология влияния». 2007. – 290с.
4. Игебаева Ф.А. Синдром профессиональной деформации личности // Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-экономических отношений. Материалы 4-й Международной научно-практической конференции. Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2015. – С. 14 – 15.

Ахметова А.Р.

магистр

ФГБОУВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ОРГАНИЗАЦИЯ И ВВЕДЕНИЕ ДИСКУССИЙ

Аннотация: Статья посвящена вопросам организации и ведению деловых дискуссий. В любой дискуссии велика роль ведущего. Для того чтобы дискуссия велась этично, культурно и не переходила на личности предлагаются определенные правила ведения обсуждения.

Ключевые слова: дискуссия, общение, культура, организация,

оппонент.

О роли общения в жизни людей восторженно заметил Антуан де Сент-Экзюпери: «Единственная настоящая роскошь – это роскошь человеческого общения». Однако для современного человека вообще, и руководителя, в частности, общение не столько роскошь, сколько постоянная жизненно и профессионально необходимая потребность. От эффективного делового общения во многом зависят успех, служебное продвижение и в целом карьера делового человека [1, с. 92]. Способность передавать информацию, а потом ясно и недвусмысленно дать указания, чтобы все было правильно истолковано, может стать условием того, насколько правильно ваши коллеги поймут суть дела.

Дискуссия – это обсуждение какого-либо спорного вопроса, исследование проблемы, в котором каждая сторона, оппонируя мнение собеседника, аргументирует свою позицию [2, с.83].

Под дискуссией может подразумеваться публичное обсуждение каких-либо проблем, спорных вопросов на собрании, в печати, в беседе. Отличительной чертой дискуссии выступает отсутствие тезиса, но наличие в качестве объединяющего начала темы. К дискуссиям, организуемым, например, на научных конференциях, нельзя предъявлять те же требования, что и к спорам, организующим началом которых является тезис.

Для того чтобы дискуссия не превратилась в спор на высоких нотах, и тема дискуссии не переходила на личности, специалисты советуют использовать определенные правила ведения вашего обсуждения [3, с.87]. Рассмотрим их.

➤ *Всегда помните о цели дискуссии – найти истину, решение, выход.* Обсуждайте только то, что относится к данному вопросу. Пустые сожаления, воспоминания, нелепые сравнения мягко прерывайте. Не давайте обсуждению уходить в сторону от темы. Пресекайте попытки доказать, что кто-то лучше, а кто-то хуже. Стремитесь не к победе, а к истине.

➤ *С уважением относитесь к мнению другого человека.* Любое мнение – это точка зрения человека. Даже отличаясь от вашей, она имеет право на существование. Не обижайте другого человека, называя его мнение неверным, нелепым, смешным. Пока дискуссия не окончена, любая точка зрения может быть верной. А в конце обсуждения могут оказаться реальными кажущиеся в начале невероятными вещи.

➤ *Любое высказываемое мнение должно быть аргументировано.* Этим дискуссия отличается от скандала на базаре. Рассказчик должен доказать, почему он так считает. Выражения типа: «Мне так кажется», «Так было всегда», «Все хохлы – жадины», «Это правильно, потому что это верно» и пр. аргументами не являются.

➤ *Уважайте мнение любого человека.* Иногда мнение важной персоны или авторитета изначально считается верным просто в силу статуса этого человека (профессор, опытный исследователь). Прислушивайтесь

к ним, но без фанатизма. Опирайтесь на реальные факты. Иногда свежий непредвзятый взгляд какого-то новичка помогает по-иному взглянуть на ситуацию, найти новые подходы к решению давней проблемы, считавшейся неразрешимой.

➤ *Придерживайтесь дружелюбного тона.* Обращайтесь к человеку по имени или другим уважительным способом («мой коллега, собеседник, оппонент»). Ваш оппонент – не ваш личный враг, он просто человек с другой точкой зрения. Не допускайте проявлений враждебности, оскорблений, перехода на личности.

➤ *Не спорьте ради спора!* Подобным профессиональным спорщикам не место среди тех, кого интересует поиск истины. Не давайте дискуссии превратиться в азартный спор и выяснение отношений.

➤ *В дискуссии могут участвовать только те, кто открыт для другой точки зрения и терпим к иному мнению.* Не пытайтесь доказать что-то тому, кому невозможно что-либо доказать. Иногда это люди, считающие себя лучше и правильнее всех. Люди, слышащие только себя. Люди, неспособные понять иную точку зрения. Люди, закосневшие в своих оценках и стереотипах. Это бывает чертой личности, особенностью характера. Зачастую подобная гибкость оценок и суждений утрачивается с возрастом. Относитесь к ним терпимо, но не тратьте силы, чтобы убедить их в чем-либо.

Безусловно, следование эти рекомендациям при ведении дискуссии будет способствовать созданию благоприятных условий для проявления индивидуальности, выбору своей позиции; формированию умения взаимодействовать с другими, слушать и слышать окружающих, уважать чужие убеждения, принимать оппонента, находить точки соприкосновения, соотносить и согласовывать свою позицию с позициями других участников обсуждения [4, с. 268].

В заключение отметим, что сегодня новые экономические и социальные условия выдвинули на первый план необходимость повышения коммуникативной компетентности. Поэтому тот, кто хочет достичь успеха в деловом общении, успешно продвигаться по карьерной лестнице, должен овладеть определенными знаниями и навыками в области культуры речи и делового общения, поскольку речь – лучший паспорт человека [5, с.124].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Культура делового общения и особенности ее проявления в деятельности менеджера // Проблемы и перспективы социально-экономического развития современной России. Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: Изд-во «КУБиК», 2010. С. 92 – 95.
2. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
3. Кузнецов И.Н. Деловой этикет. учеб. пособие. – М:ИНФРА-М, 2001 – 347с.

4. Чернышева Л.И. Деловое общение [Электронный ресурс]: учеб.пособие для студентов вузов. – ЮНИТИ-ДАНА, 2012 – 415с.
5. Игебаева Ф.А. Коммуникативная компетентность как важнейшее профессиональное качество современного специалиста // Современное государство: проблемы социально-экономического развития. Сб. статей II Международной научно-практической конференции. – Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2013. – С.122 – 124.

*Аюшева Д.Ц.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация: *Для реализации инноваций следует обеспечить предпосылки внедрения эффективных механизмов управления инновационной деятельностью на уровне сельскохозяйственных предприятий.*

Ключевые слова: *инновации, высокоэффективное инновационное развитие, инновационный потенциал, развитие аграрного производства.*

В процессе сохранения и использования ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях важную роль играет внедрение новейших технологий и достижений научно-технического прогресса. Инновации являются средством повышения эффективности производства продукции, а также средством адаптации предприятия, к изменениям социальной, экономической, экологической среды. Инновационный процесс в сельскохозяйственном производстве – это постоянный, непрерывный процесс превращения отдельных технических, технологических, агрохимических, биологических и организационно экономических идей и научных вариантов решения определенного практического задания с целью перехода аграрных отраслей и предприятий на качественно новый уровень производственного процесса.

В настоящее время значительная часть отечественных агропредприятий, особенно малых не в состоянии производить высококачественную и конкурентоспособную продукцию. Это является результатом таких негативных явлений как: обветшалый машинно-тракторный парк; диспаритет цен на продукцию промышленности и сельского хозяйства; постоянный рост цен на материалы; несовершенная кредитно-финансовая система и законодательная база; ограниченность информационных ресурсов, потеря высококвалифицированных работников; отсутствие необходимых инвестиций и доступных инноваций .

В системе экономического потенциала аграрных предприятий важное значение принадлежит инновационному потенциалу, который, безусловно,

является стратегическим критерием результативности и эффективности их функционирования.

Инновационный потенциал – способность к изменению, улучшению, прогрессу, это источник развития [1]. Если рассматривать шире, то это способность хозяйства или субъекта ведения хозяйства делать новую, научно вместительную, продукцию, которая отвечает требованиям рынка и содержит в себе:

- производственные мощности для изготовления средств производства;
- профессиональный и научно-технический состав персонала;
- мощности экспериментальной базы, связанной с подготовкой нового производства;
- инструменты и оснастка для проведения наукоемких операций;
- возможности внедрения нововведений и его контроля.

Доказательством этому может служить такое явление, как диффузия инноваций. Так, применение нового оборудования (какое является конкретным результатом инновационного процесса) ведет к изготовлению новой продукции, которая в свою очередь, выходя на рынок, является источником, фактором последующих изменений.

Уменьшение инновационного потенциала аграрных предприятий в современных условиях связано в первую очередь с недостатками системы регуляции инновационной деятельности [3]. Среди них слаборазвитая инфраструктура осуществления инноваций, снижение объемов финансирования инновационной деятельности, трансформационные процессы организационной структуры предприятий, которые занимаются инновационной деятельностью.

В современных условиях инновационная стратегия управления ресурсами должна регламентировать порядок хозяйственной деятельности и направляться на определение подходов к управлению инновационной деятельностью аграрных предприятий и, в частности, ее мотивации. Сегодня целью инноваций является усовершенствование деятельности аграрных предприятий для обеспечения удовлетворения потребностей потребителей и оптимальной загрузки перерабатывающих производств. Инновационная политика регламентирует сложную систему научно-технической, маркетинговой, управленческой, производственной и экономической деятельности.

В аграрной деятельности разработка инноваций и их внедрение связано преимущественно с новыми сортами растений, выведением новых пород животных, разработкой новой техники, новыми ресурсосберегающими технологиями, применение которых, в большинстве случаев, изменяет характерные свойства сельскохозяйственной продукции, которая производится, но не приводят к появлению новых видов продукции [5].

На современном этапе развития аграрного производства важными направлениями развития инноваций являются: применение биотехнологии

для создания сельскохозяйственной продукции с заданными свойствами; ландшафтное и высокоточное земледелие; новые почвозащитные технологии земледелия на основе минимального или нулевого возделывания земли; энерго- и ресурсосберегающие технологии, селекция и семеноводство, и тому подобное. В частности, в производстве сельскохозяйственной продукции только за счет селекции сорта можно достичь увеличения объемов производства на 30–40 %.

Актуальным заданием в создании механизмов управления инновационной деятельностью на уровне сельскохозяйственных предприятий является координирование процесса разработки системы поддержки инновационной деятельности, составляющими которой являются объекты инфраструктуры поддержки инновационной деятельности в регионе. В инновационной инфраструктуре не исключено также образование научно-технических альянсов, консорциумов, совместных инновационных предприятий (в том числе и международных), бизнес-инкубаторов, кластерных структур, агропромышленных научных парков. Важным вопросом в формировании механизмов управления инновационной деятельностью является определение субъектов (звеньев) управления и обоснования их функций.

Создание ресурсного блока инновационного развития аграрного производства должно способствовать решению проблем финансового, материального и кадрового обеспечения. Важную роль в ресурсном обеспечении инновационных процессов играет финансовый аспект. Финансовое обеспечение инновационных превращений возможно за счет следующих источников [6]:

- создание паевого инновационного фонда агроформирований при участии, как государственных средств, так и взносов частных предприятий;
- выделение определенного ежегодного процента средств из доходной части бюджетов регионального уровня на инновационные потребности;
- привлечение инвестиций в инновационную инфраструктуру аграрного производства региона, которое сопровождается налоговыми льготами;
- активизации привлечения инвестиций под гарантии органов власти.

Использование предложенных мероприятий по стимулированию внедрения инноваций предприятиями агропромышленного производства позволит улучшить процесс производства, эффективно использовать внутренние и привлекать внешние инвестиции в инновационную деятельность.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение инновационных средств в аграрных предприятиях возможно лишь благодаря взаимосвязанному действию факторов: инвестиционной поддержке инновационной деятельности всех сфер агропромышленного сектора: сельского хозяйства, как главной отрасли; промышленности, которая производит средства производства для него; перерабатывающей промышленности; развитию международного научно-технического

сотрудничества в системе агропромышленного производства; созданию инфраструктуры инновационной деятельности в системе АПВ и в отдельных предприятиях; усовершенствованию системы нормативно законодательных актов, которые регулируют инновационные процессы в государстве и в агропромышленном секторе, в частности.

Использованные источники:

1. Андрийчук В. Г. Эффективность деятельности аграрных предприятий: теория, методика, анализ: [моногр.] / В. Г. Андрийчук. – К.: КНТУ, 2013–292 с.
2. Жирнов А.В. Анализ факторов, сдерживающих развитие сельских территорий / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Экономика и социум. – 2014. - № 3-1 (12). С. 640-643
3. Жирнов А.В. Участие агробизнеса в развитии сельских территорий / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Материалы Всероссийской научной конференции молодых ученых «Устойчивое развитие сельских территорий: теоретические и методологические аспекты» Ульяновск, 2014.
4. Жирнов А.В. Проблемы развития сельского хозяйства России / А.В. Жирнов // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 47-51
5. Жирнов А.В. Многовариантные прогнозные расчеты ожидаемой прибыли предприятия / А.В. Жирнов // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. - № 28-2. – С.121-126
6. Зангиев А.А., Дидманидзе О.Н, Мотылев В.С. Оптимизация производственных процессов по заготовке и реализации картофеля. -М.: Колос, 1997.-115 с.
7. Управление техническими системами: учебно-методический комплекс / Г.В. Лапшина, Е.Ю. Чупахина, А.В. Жирнов. -Ульяновск: УГСХА, 2009. - 297 с.

Бадеева Л.С.

выпускница

ВШЭиУ

САФУ им. М.В. Ломоносова

направление Менеджмент

государственное и муниципальное управление

Россия, г. Архангельск

РАЗВИТИЕ И МОДЕРНИЗАЦИЯ РОССИЙСКИХ МОНОГОРОДОВ

Аннотация

Статья посвящена исследованию особенностей моногородов и специфики их развития, анализу моделей реабилитации и мер, направленных на улучшение социально-экономического положения моногорода.

Ключевые слова: моногород, реабилитация и развитие моногородов, финансирование моногородов.

Abstract

The article is devoted to the study of the characteristics of single-industry towns and the specifics of their development, the rehabilitation and measures aimed at improving the socio-economic status of monocities. of single-industry towns.

Key words: monocity, rehabilitation and development of single-industry towns, the financing

Моногорода - это особые территории, ведущую роль в развитии которых играет градообразующее предприятие, обеспечивающее в преобладающей мере условия жизнедеятельности в населенном пункте, банкротство предприятия способно парализовать город. В России 313 моногородов, в 24 % из них сложилась тяжелая социально-экономическая ситуация, риски ухудшения социально-экономического положения имеются в 46 %, а экономически стабильное положение сложилось в 30 % моногородов. ¹

В моногородах профессиональный состав однороден, а население, из него выделяющееся, вынуждено применять себя в близлежащих городах. Демографическая ситуация характеризуется естественной убылью населения и ярко выраженным оттоком наиболее квалифицированных и мобильных работников. С увеличением оттока молодежи из-за неспособности реализовать себя в местных условиях будет возрастать депрессивность города. Несомненно, уровень, качество жизни населения моногородов зависит от специализации градообразующего предприятия. Например, ситуация в моногородах цветной металлургии характеризуется высокими показателями материального благополучия. Города-курорты, лидирующие по уровню потребления, уступают моногородам иной специализации и в уровне зарплат, и в развитости социальной инфраструктуры. Города с целлюлозно-бумажной промышленностью характеризуются сложной экологической обстановкой. ²

Весной 2009 г. в г. Пикалево Ленинградской области остановились три главных предприятия, люди перекрыли федеральную трассу, и лишь вмешательство президента предотвратило социальный взрыв в городе. Именно после этого случая стали уделять моногородам особое внимание.

Индустриальная диверсификация экономики - оптимальная модель развития моногородов, которые имеют риски или уже вступили в фазу ухудшения социально-экономического положения. В таких городах необходимо стимулировать развитие других, альтернативных, отраслей

¹ О Перечне монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов): Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 г. № 1398-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014 г. – N 31. ст. 4448.

² Ускова, Т.В. Моногород: управление развитием: учеб.пособие для студ. вузов/ Т.В.Ускова, Л.Г. Иогман, С.Н. Ткачук, А.Н. Нестеров, Н.Ю. Литвинова,– Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 220 с/

экономики - развитие существующих и создание новых производств, что обеспечит моногород дополнительными рабочими местами, повысит число поступлений в бюджеты всех уровней. Если город вырабатывает ресурс, тогда на его территории можно поставить необходимую инфраструктуру для обработки материала.

В перспективность создания подготовленной промышленной площадки, индустриального парка в Тольятти изначально мало кто верил. Сейчас же в тольяттинском парке зарегистрировано 130 новых компаний-резидентов.

Заброшенные постройки в России явление распространенное. Часто они становятся местом для преступных действий и могут приносить большие убытки не только городам, здания приходят в упадок, а для новых объектов часто на карте города уже нет места, но и людям, и важно заметить, детям, которые играют в военные развлекательные игры в опасном, необорудованном месте. Любые вещи нужно использовать максимально эффективно, существует множество примеров, когда заброшенные здания получают новую жизнь. Идеи успешного перевоплощения заброшенных построек в развлекательные комплексы со скалодромами, оборудованными помещениями для военных игр и т.д., реализуются не только за рубежом, но и в России. Многие моногорода встают на путь создания туристического бренда. В моногороде Байкальск представлены 6 инвестиционных проектов развития туристско-рекреационного комплекса. Моногород Новодвинск Архангельской области развивает проект «Модернизация горнолыжного парка «Мечка» в рамках развития туризма в кластере "Беломорский".

Местная власть может выбирать и подготавливать промышленную площадку, региональная администрация - финансировать подведение инфраструктуры, искать стратегических инвесторов, сопровождать проект. Градообразующее предприятие, местный бизнес также могут принимать участие в подобных проектах – либо предоставляя площадки, либо в качестве резидентов парка. Финансовое обеспечение развития моногорода может осуществляться не только из местного бюджета, но и с привлечением средств бюджета субъекта РФ, федерального бюджета и внебюджетных источников (субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, привлечение средств государственных корпораций и коммерческих банков с государственным участием (Сбербанк, ВТБ) и др. Существует государственный финансовый фонд - Инвестиционный фонд Российской Федерации, предназначенный для софинансирования инвестиционных проектов, который формируется за счет дополнительных доходов федерального бюджета. Фонд развития моногородов, созданный в октябре 2014 года в рамках реализации поручения президента РФ Владимира Путина. Учредителем ФРМ выступил Внешэкономбанк, участвующий в финансировании инвестиционных проектов моногородов. По состоянию на 1 апреля 2015 года портфель Банка в моногородах состоит из 41 инвестиционного проекта (реализованных, реализуемых и находящихся на

разных стадиях рассмотрения) общей стоимостью 738,0 млрд. рублей с предполагаемым участием Банка – 438,8 млрд. рублей.³

Чтобы возродить к жизни современные моногорода необходимо наличие частного инвестора. Без частных денежных средств происходит зависимость от государственной поддержки. Нужна личная вовлечённость в этот процесс руководителей регионов, муниципальных образований и собственников градообразующих предприятий, чтобы совместными усилиями привлекать частных инвесторов и расширять портфель внебюджетных инвестиций за счет мер господдержки.

Использованные источники:

1. О Перечне монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов): Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 г. № 1398-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014 г. – N 31. ст. 4448.
2. Ускова, Т.В. Моногород: управление развитием: учеб.пособие для студ. вузов/ Т.В.Ускова, Л.Г. Иогман, С.Н. Ткачук, А.Н. Нестеров, Н.Ю. Литвинова,– Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 220 с.
3. Фонд развития моногородов: сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frmrus.ru/> (дата обращения: 05.06.2015).

*Бартеньева В.Г., к.п.н.
доцент
кафедра Дизайн
ФГБОУ ВО КГИК
Россия, г. Краснодар*

ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ «КАНТРИ» В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ

Аннотация: В данной статье рассматриваются основы и введение о том, что из себя представляет современный стиль кантри в интерьере, а так же советы и предложения, по его оформлению. Определены ведущие аспекты стиля кантри в интерьере.

Abstract: This article discusses the features and characteristics of a modern country style in the interior, as well as the formatting tips. Were identified the main aspects of style in interior.

Ключевые слова: комфорт, уют, практичность, натуральные и чистые природные материалы.

Key words: comfort, practical, natural word.

Важность работы заключается в применении и улучшении стиля кантри в современном дизайне.

Актуальностью данной проблемы является выбор большинства людей безвкусного и дискомфортного интерьера, а так же эксплуатирование таких

³ Фонд развития моногородов: сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frmrus.ru/> (дата обращения: 05.06.2015).

интерьеров. Одним из решений данной проблемы является стиль кантри, который несет в себе свободу и разнообразие. Он характеризует художественный беспорядок, и содержит простые экологически чистые материалы.

Часто ли люди обращают внимание на вещи, которые их окружают? Философский уровень рассмотрения проблем дизайна предполагает, что различные предметы и вещи, стили, школы, направления, этапы развития дизайна, а главное - сами продукты дизайнерской деятельности станут рассматриваться не в их автономности и самодостаточности, а в связи с особенностями психики, сознания, системы ценностей, принципов мышления и творчества человека, а также с точки зрения их значимости и смыслов, их места в культуре, в мире человека. [1] В настоящее время, люди часто заблуждаются, какой стиль в интерьере им выбрать, чего они хотят на самом деле.

Кантри-это стиль, который несет в себе простоту, практичность и надежность. Это прежде всего домашний уют, а также оригинальность и реалистичность. Данный стиль впитал в себя дух древности и насыщен романтизмом. Стиль кантри содержит простые элементы и функциональность. Строительные материалы только натуральные и чистые. Дома, сделанные в этом стиле, являются «эмоциональным убежищем» от сумасшедшего ритма жизни и забот. Ведь зачастую, основная масса людей в настоящее время старается отгородиться от бешеного и беспокойного ритма жизни.

Стиль кантри вам несомненно подойдет вам если:

- Вы предпочитаете дома с индивидуальным характером и своей историей;
- Обожаете объединять «старое» и «новое», «классическое» и «современное»;
- Предпочитаете натуральные фактуры природных материалов: от деревянной обшивки стен и каменных поверхностей до выполненных вручную вязаных покрывал и фарфоровых тарелок;
- Любите природные цвета, т.е. цвета, позаимствованные у самой природы;
- Не исключаете использование набивных тканей с цветочными мотивами.

Данный стиль подходит для людей, кому нравится «художественный беспорядок» в своем доме, кто имеет большую семью. Во время создания интерьера у вас будет широкий диапазон для реализации вашего творчества и декларирования своего видения мира, не оглядываясь на современные тенденции моды. Этот стиль «бесконфликтен» для всех членов семьи, так как допустимо использование элементов от «классического кантри» до «современного». В каждой комнате можно расставлять акценты по-разному, в зависимости от назначения помещения и вкусовых приоритетов жильцов [2].

Характерные особенности стиля кантри:

- Максимальная приближенность к природе, естественность и экологичность.
- Натуральные материалы и простота.
- Наличие очага – камина, печи.
- Обилие текстиля.
- Большое количество узоров на тканях текстуре.
- Присутствие комфортной и габаритной мебели.
- Использование старинных вещей и антиквариата.

Достойным примером дизайнера, который выполняет свои проекты интерьеров в данном стиле является Марина Путиловская. За 15 лет она разработала свой собственный стиль. Главным направлением, в котором работает дизайн-бюро, дизайнер называет классикой в стиле кантри и она считает, что именно стиль кантри максимально приближен к природе и всему натуральному. Ярким образцом фирменного решения является столичный ресторан "Палаццо Дукале" на Тверском бульваре. "Он сделан в теплой природной гамме. Терракотовый, насыщенный желтый, мягкий зеленый... Такая обстановка нравится. В ней спокойно и комфортно", - рассказывает автор интерьера.

Еще одним ярким дизайнером стиля кантри является дизайнер Татьяна Тихонова, которая спроектировала интерьер загородного дворца в Подмоскowie и наполнила его светом и цветами. Автор данного проекта преобразовала обычную, стандартную загородную постройку в романтический дворец, наполненный светом и жизнью, используя свой классический. Работа над этим проектом началась с решения непростых задач - наполнить пространство светом и теплом. С помощью декора избавиться от банальности планировки и визуально раздвинуть стены уже построенного дома, не меняя его площадь. [3].

Колорит таких интерьеров выполнен в близких к природе красках: применяя зеленый, спокойный желтый, голубой цвет неба и воды, цвет дерева, золотисто-багряный цвет осени и нежно-розовый цвет раннего утра.

В стиле кантри лучше всего использовать большие количества цветов, но не ярких, а скорее чуть приглушенных. А также преобладают натуральные, в основном чистые, светлые и пастельные тона. Очень важен колористический баланс. Стены английских домов были однотонными. Сейчас однотонные стены делают в кухне и ванной. Стены, которые покрашены в бежевый, охристый, кремовый и персиковый, в основном делают в столовых, гостиных и спальне. Обои, лучше всего, выбирать в полоску, с несложным геометрическим рисунком. Стены очень часто отделывают. В нижней части стены можно использовать декоративную или деревянную панель.

Мебель лучше выбирать старую. Идеально будет смотреться старое кресло или антикварный комод из натурального дерева. Еще одной характерной деталью английских интерьеров — камин. На кухне

желательно, чтобы были деревянные стулья и столы, стенные шкафчики и горки для посуды. Мебель на кухне может быть окрашена в белый цвет. Так она создает нарядные сочетания с голубыми шторами в цветочный рисунок. Важной составляющей обстановки в стиле кантри является использование текстиля. На окнах должны быть тонкие шторы из хлопка с мелкими сборками, рюшами, драпировкой. Цвет штор в стиле кантри — светлый, в тон стен, с растительным, мелким рисунком.

Разновидности стиля кантри:

- Американский кантри — это массивность и добротность. В нем содержится громоздкая деревянная мебель, потолочные балки, кожаная обивка диванов и каменный камин с постеленной перед ним шкурой какого-либо животного.

- Стиль кантри по-английски — это много мебели и текстиля. Цветовая гамма весьма разнообразна. В ней присутствуют бежевые, молочные, пастельные тона, а так же насыщенный красный, коричневый и зеленый. Цветочные узоры — это главная характеристика стиля.

- Итальянский кантри богат цветом и материалами. В этом стиле могут присутствовать изделия из дорогого и старого дерева. Характерно наличие художественной ковки, арочных форм в оформлении дверных и оконных проемов, мебели.

- Французский кантри, по своему содержанию, похож на стиль Прованс. Он уравновешенный и гармоничный. В нем присутствуют мягкие фактуры и теплые тона. Лучше всего подойдет лавандовый, зеленый и желтый цвета. [4].

Исследования в области стиля кантри свидетельствуют о том, что именно этот стиль является одним из доступных, функциональных и разнообразных стилей в настоящее время, обеспечивающий комфорт, уют и надежность. Любителей стиля кантри прежде всего привлекает в нем отсутствие строгих правил и свобода выбора в материалах. Каждый может создать его по своему вкусу. Стиль кантри является красивым и весьма разнообразным. Главное — это создать домашний и деревенский уют, объединить природность, эстетичность и лиричность. Ведь в наше время создать что-то приближенное к живому и натуральному порой дается очень трудно.

Использованные источники:

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 2001.
2. Научный журнал Housediz дизайн интерьера в фото, 2014г.
3. Авторский журнал по дизайну интерьера от Ирины Кузиной «Salon-interior».
4. Научная статья Алексея Хорольского «Дизайн помещений в стиле кантри: деревенский уют в каждом сантиметре площади».

Бартеньева В.Г., к.п.н.

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРЬЕРА МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ

Аннотация: Выявлены некоторые особенности оформления интерьера магазина одежды, согласно современным требованиям и технологиям. Даются определения типов интерьера и разные способы оформления (рекламные баннеры, стильные вывески, указатели, уличное освещение, витрины, музыка, цвета, правильное расположение зон).

Annotation: The article deals with the right clothing store interior design with modern feature of the design. Provide definitions of types of interior and different ways of registration (banner ads, stylish, signs, signs, street lighting, showcase, music, color correct positioning of the zones,).

Ключевые слова: Для статьи с названием «современные особенности проектирования интерьера магазина одежды» будут уместны такие ключевые слова: зонирование, классификация предприятий, комфортабельность, Поп-арт, минимализм, оформление.

Key words: For the article titled "features modern interior design clothing shop" would be appropriate keywords are: zoning, classification of enterprises, comfort, pop art, minimalism, design.

Для человека в наше время, достаточно важным является вопрос внешнего вида. Все знают поговорку «встречают по одежке...»[1]. Большая часть населения, в повседневной жизни, активно использует швейную промышленность, приобретенные в магазинах. Т.к. в наше время существует большое количество магазинов, соответственно на сегодняшний день мы имеем большой выбор швейной продукции. Многообразие форм и предложений делает рынок конкурентным и исходя из этого нужно оформить магазин так чтобы он выделялся и привлекал свое внимание.

Соответственно нужно продумать все нюансы оформления магазина для привлечения покупателей. Немало важным является входа в магазин – захочется ли покупателю зайти к вам, или пройти мимо и может даже не заметить. Нужно создать дизайн магазина такой, чтоб он завлекал.

Что побуждает потенциального покупателя войти в магазин? Красивая, оригинальная вывеска и необычная экспозиция витрин. Нужно разработать все удобства для клиента, а также уличное освещение, витрины, рекламные баннеры, стильные вывески и указатели: покупателю будет легче находить ваш магазин по ним. А также достаточно важным является внутренняя часть магазина, т.е. интерьер. Оформляя интерьер магазина важно всегда учитывать интересы покупателя так, чтоб ему не хотелось быстро покинуть магазин, а наоборот было желание пройтись между стеллажами с товарами, рассматривать выставленную экспозицию. Дизайн магазина – важнейшая составляющая часть, влияющая на продажи.. Можно сочетать несколько

стилей, тем самым создав свой неповторимый. В магазине могут быть такие стили как, Классический стиль, Рококо, Конструктивизм, Минимализм, Техно, Манго, Поп-арт. В последнее время большое внимание уделяют таким стилям как: Поп-арт - направление в современном искусстве 20 века, его особенность интерьера представлена на профессиональных фотографиях и стены могут быть различных цветов, равно как и текстиль - сочетание не сочетаемого[4]. Для оформления магазина никогда не стоит выбирать слишком пафосные или богатые дизайнерские стили, даже если вы продаете товары премиум класса, это отталкивает покупателей, а не стимулирует спрос, как считают многие. Чем проще оформлен интерьер, тем приятнее в нем находиться. Простота создает особую гармоничную атмосферу, не отвлекающую потребителя от совершения покупок. Поэтому лучше всего остановить свой выбор на таких стилях как: классический или минимализм[3]. Главная цель – создать уютную и неагрессивную обстановку, способствующую хорошему настроению покупателей. Еще важные моменты в интерьере такие как: цвет, зонирование, освещение, детали, фасад, фурнитура, стеллажи, витрины.

Самое первое с чего мы должны начать это хорошие оформление наружных витрин и зонирование – они выделяют ваш магазин из ряда остальных. По результатам исследования, при входе в магазин 85% посетителей поворачивают направо и идут вдоль правой стороны[2]. Именно по этому лучше располагать ассортимент с права налево. лучше всего продаётся товар не на вешалках как считаю большинство, а на манекенах, потому что человек представляет визуально как смотреться товар а именно по этому всегда новые коллекции размещают на манекенах. В зале должно быть просторно, комфортно, удобство полок большое количество зеркал, а также правильное освещение. Помимо привычного верхнего популярно также освещение местное (дополнительные элементы декора с подсветкой) - все это придает магазину индивидуальность, а также приятно находиться в магазине. Примерочная-всегда располагают в конце магазина. Магазин нужно оформить деталями - оборудован декоративными деталями, которые помогают дополнить стиль магазина, но они не должны быт громоздкими и отвлекать от товар, особенно если магазин маленьких размеров.

Цвет играет основополагающую роль в оформлении интерьера и экстерьера магазина[3]. Цвета влияют на человека так как подсознание психологически воспринимает их по-разному, человек может себя чувствовать комфортно или дискомфортно. Выбор цветовой гаммы помещения влияет на покупателей и на работоспособность персонала. может настраивать на спокойный лад и вызывать сонливость или, наоборот, тонизировать и побуждать человека к активным действиям. В окружение теплых цветов, покупатель гораздо легче принимать решение о покупке. Яркие тона тоже должны присутствовать в оформлении магазина, но все должно быть в меру – красный и оранжевый могут вызвать перевозбуждение

и даже раздражение. Их стоит применять только в качестве акцентов. Кроме теплых тонов, хорошо работает белый цвет, особенно если помещение плохо освещается, а также белый цвет увеличивает пространство[4]. Однако нельзя забывать о правилах, ГОСТ 51773-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий», СНиП 2.08.02–89 «Общественные здания и сооружения ...», расстояние между магазинными стеллажами не должно быть меньше 1,4 метра, чем магазин больше, тем шире должны быть проходы между полками: 1,4 м — при торговой площади до 100 м²; 1,6 м — при торговой площади свыше 100 до 150 м²; 2 м — при торговой площади свыше 150 до 400 м²; 2,5 м — при торговой площади свыше 400 м² [4]. Не помешают со вкусом описать весь ассортимент предлагаемых товаров, а также акции и скидки – этот трюк действует всегда[1].

Можно сделать вывод, правильно создать гармоничный, интересный и не агрессивный интерьер магазина, согласно направлению современных требований в интерьер, правильным расположением зон. Сделать баннеры, как можно больше акций, правильное освещение, цветовое сочетание, которое поможет в работоспособности персонала и в приобретении покупки покупателя, важно правильно распределить товары по зонам. А также ввести детали декорации для комфортной обстановке в магазине чтобы было желание прохаживаться между стеллажами с товарами, рассматривать выставленную экспозицию. Но чтоб не отвлекало от главного, выбора и приобретения товара.

Использованные источники:

1. Сенг Г. "Принципы мерчендайзинга" - Гревцов Паблшер. 2007. - 16 с.
2. Элис Вестгейк «Дизайн интерьера» практическое руководство, 2009 - 221с.
3. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения, Москва стандарт фон.
4. Шушков Б.А. - Психология труда, профессиональной, информационной и организационной деятельности История торговли, Москва, 2004 – 263с.

*Бибанина Ю.М.
студент 4 курса
Экономический факультет
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва
Россия, г. Саранск*

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОСТУПЛЕНИЯ НДС В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Аннотация: Налог на доходы физических лиц является одним из экономических рычагов в руках государства. В статье рассмотрена динамика поступлений НДС по уровням бюджетной системы, в разрезе

регионального и муниципального бюджета Республики Мордовия, а также структура поступлений НДФЛ в зависимости от доходов, с которых он получен.

Ключевые слова: налог на доходы физических лиц, дифференциация доходов, регулирующий потенциал, социальная роль налогообложения.

Налог на доходы физических лиц всегда являлся одним из важнейших налогов. От его собираемости зависит не только федеральный, но и региональные и местные бюджеты. В условиях повышения экономического развития общества, соответственно, возрастает и значение фискальной функции данного налога. Именно в рамках этой функции может быть обеспечена реальная возможность перераспределения между налогоплательщиками и органами власти потока финансовых ресурсов, направляемого в дальнейшем на выполнение основных обязанностей, а именно, выравнивание социальных диспропорций, развитие социально-значимых отраслей, содействие развитию науки, культуры и т.д.

В целях комплексного и объективного исследования реализации фискальной функции налога на доходы физических лиц, проведем анализ динамики объемов поступления НДФЛ (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика объемов поступлений НДФЛ по уровням бюджетной системы (тыс. руб.)

Наименование показателей	2010	2011	2012	2013	2014
Консолидированный бюджет РФ	1789631580	1994869291	2260335639	2497785032	2679498907
ПФО	247304672	274917016	311033611	346323072	370578263
РМ	5221742	5796137	6505358	7362738	7760314
Удельный вес НДФЛ ПФО в НДФЛ РФ, %	13,82	13,78	13,76	13,87	13,83
Удельный вес НДФЛ РМ в НДФЛ ПФО, %	2,11	2,11	2,09	2,13	2,09

Источник: официальный сайт ФНС России

По данным таблицы 1 видно, что сумма поступлений НДФЛ по РФ за анализируемый период времени значительно увеличилась. Темп роста с 2010 по 2014 год составил 149,72%. Так же наблюдается увеличение по ПФО и Республике Мордовия. Темп роста по ПФО составил 149,85%, по Республике Мордовия 148,62%. Удельный вес НДФЛ ПФО в НДФЛ РФ находился примерно на одинаковом уровне и составлял около 14%, удельный вес НДФЛ РМ в НДФЛ ПФО также значительно не изменялся и составлял чуть более 2%.

Таблица 2 – Динамика объемов поступлений НДФЛ в консолидированный бюджет РФ и в субъекты ПФО (тыс. руб.)

	2010	2011	2012	2013	2014
Консолидированный бюджет РФ	1789631580	1994869291	2260335639	2497785032	2679498907
ПФО	247304672	274917016	311033611	346323072	370578263
Республика Башкортостан	29848496	33567308	37789644	41707395	44419333
Республика Марий-Эл	4454793	4774698	5432880	6357278	6703321
Республика Мордовия	5221742	5796137	6505358	7362738	7760314
Республика Татарстан	35633620	39327811	46443217	51327889	55140028
Удмуртская Республика	12332109	13389690	15333938	17690580	19008619
Чувашская Республика	6969775	7755557	9236770	10134800	10853326
Кировская область	9923909	10562685	11670593	13134419	13781999
Нижегородская область	33822437	37659293	42279420	47592240	50916664
Оренбургская область	15599841	17095033	19637655	21027384	22204368
Пензенская область	8314107	9146991	10555367	11831664	12416349
Пермский край	26274980	28806284	32463267	36494283	37852072
Самарская область	32564534	37735432	40576670	45400699	50681220
Саратовская область	17835759	19815598	22335117	24381181	26333974
Ульяновская область	8508570	9484499	10773715	11880522	12506676

Источник: официальный сайт ФНС России

По данным таблицы 2 видно, что темпы роста поступления НДФЛ по ПФО по всем субъектам, входящим в состав являются положительными. В целом, в 2014 году по сравнению с 2010 годом показатель роста увеличился на 889867327 тыс. рублей.

Если рассматривать поступления налогов на доходы физических лиц по Республике Мордовия, то наблюдается очевидный рост, который составляет в 2011 году по отношению к 2010 году – 111 %, в 2012 году по сравнению с 2011 годом – 112,2 %, в 2013 году по сравнению с 2012 годом – 113,2 % и в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 105,4 %.

Данные показатели позволяют утверждать о том, что экономика Республики Мордовия в анализируемый период развивалась под влиянием мер, предпринимаемых в республике по созданию условий для повышения качества и уровня жизни населения, роста производства

конкурентоспособной продукции и развития предпринимательства. Социально-экономическое развитие республики проходило на фоне положительных тенденций, сложившихся в РФ по созданию основ макроэкономической устойчивости, прежде всего, в финансово-бюджетной и налоговой сферах.

Если рассматривать динамику общих поступлений НДФЛ в разрезе субъектов федерации по ПФО, то по данному показателю Республика Мордовия занимает предпоследнее место, опережая, лишь Республику Марий-Эл. Лидирующие позиции в 2014 году занимают Республика Татарстан, Нижегородская область, Самарская область, Республика Башкортостан, Пермский край. Это объясняется тем, что имеющиеся в этих республиках природные ресурсы создают благоприятные условия для развития производства и добычи полезных ископаемых, так же в данных субъектах широко развита автомобильная промышленность, их территория и численность населения значительно больше, соответственно, уровень жизни в этих регионах находится на более высоком уровне.

Таблица 3 – Динамика поступления НДФЛ в консолидированный бюджет Республики Мордовия в разрезе регионального и муниципального бюджетов (тыс. руб.)

Распределение по бюджетам	2010	2011	2012	2013	2014
Региональный бюджет	3133447	3480203	3906 005	4420943	5432220
Муниципальные бюджеты	2088295	2315934	2599353	2941795	2328094
Итого	5221742	5796137	6505358	7362738	7760314

Источник: официальный сайт ФНС России

Из данных, представленных в таблице 3 можно увидеть, что на протяжении 2010 - 2014 гг. доходы консолидированного бюджета РМ за счет налога на доходы физических лиц продолжали расти. За исследуемый период поступления НДФЛ в консолидированный бюджет выросли на 48,61%, а именно увеличились на 2538572 тыс. руб., в том числе на 2298773 тыс. руб. – в региональный бюджет и на 239799 тыс. руб. – в местные бюджеты. Особое внимание стоит обратить на 2014 год. В данный период времени рост доходов регионального бюджета за счёт НДФЛ составил 22,9%, но снизился в муниципальных бюджетах на 20,9%, это связано с изменениями нормативов распределения НДФЛ, вступившими в силу с 2014 года.

Для наиболее полного анализа поступлений НДФЛ в Республике

Мордовия считаем необходимым рассмотреть структуру налога в зависимости от доходов, с которых он получен.

В связи с изменениями НК РФ и форм статистических данных на официальном сайте Федеральной налоговой службы данный анализ целесообразно проводить в два этапа. На первом этапе рассмотрим период с 2010 по 2011 год, когда доходы классифицировались по семи группам. На втором этапе - период с 2012 по 2014 год, в который классификация доходов осуществлялась по четырём группам.

Таблица 4 – Структура налога в зависимости от доходов, с которых он получен в 2010 - 2011 годы (тыс. руб.)

Наименование показателей	2010	2011
С доходов, полученных физическими лицами, являющимися налоговыми резидентами РФ в виде дивидендов от долевого участия в деятельности организаций (15%)	66434	74247
С доходов, полученных физическими лицами, не являющимися налоговыми резидентами РФ в виде дивидендов от долевого участия в деятельности организаций (15%)	3274	2780
С доходов, облагаемых по налоговой ставке, установленной пунктом 1 статьи 224 НК РФ (13%)	5143713	5697010
С доходов, полученных физическими лицами, не являющимися налоговыми резидентами РФ (30%)	4688	11852
С доходов, полученных в виде выигрышей и призов в проводимых конкурсах, играх и других мероприятиях в целях рекламы товаров, работ и услуг, процентных доходов по вкладам в банках, в виде материальной выгоды от экономии на процентах при получении заемных (кредитных) средств (35%)	2995	1817
С доходов, полученных в виде процентов по облигациям с ипотечным покрытием, эмитированным до 1 января 2007 года, а также с доходов учредителей доверительного управления ипотечным покрытием, полученных на основании приобретения ипотечных сертификатов участия, выданных управляющим ипотечным покрытием до 1 января 2007 года (9%)	-702	27
С доходов, полученных физическими лицами, являющимися иностранными гражданами, осуществляющими трудовую деятельность по найму у физических лиц на основании патента (13%)	1340	8404
Итого	5221742	5796137

Источник: официальный сайт ФНС России

По данным таблицы 4 видно, что в 2010-2011 годах значительную долю в структуре НДФЛ составляют доходы, облагаемых по налоговой ставке, установленной пунктом 1 статьи 224 НК РФ, а именно по ставке 13% и, соответственно играют большую роль в поступлениях налога. Прирост с 2010 по 2011 год составил 10,76%.

Наименьшую долю занимают доходы, облагаемые по ставкам 13% (прирост составил 11,76%), 35% (снижение составило 39,33%), 15% (снижение составило 15,09%), 30% (прирост составил 152,82%).

Чуть больший вес имеют доходы, облагаемые по ставке 15%. Несмотря на значительное снижение по некоторым исследуемым группам, итоговое значение поступления НДФЛ в республике в период с 2010 по 2011 годы увеличивается.

Таблица 5 – Структура поступлений НДФЛ в зависимости от доходов, с которых он получен в 2012-2014 годы (тыс. руб.)

Наименование показателей	2012	2013	2014
С доходов, источником которых является налоговый агент, за исключением доходов, в отношении которых исчисление и уплата налога осуществляются в соответствии со статьями 227, 227.1 и 228 НК РФ	6411101	7222679	7633566
С доходов, полученных от осуществления деятельности физическими лицами, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, нотариусов, занимающихся частной практикой, адвокатов, учредивших адвокатские кабинеты и других лиц, занимающихся частной практикой в соответствии со статьей 227 НК РФ	49845	42091	38106
С доходов, полученных физическими лицами в соответствии со статьей 228 НК РФ	30465	81465	78191
Налог на доходы физических лиц в виде фиксированных авансовых платежей с доходов, полученных физическими лицами, являющимися иностранными гражданами, осуществляющими трудовую деятельность по найму у физических лиц на основании патента в соответствии со статьей 227.1 НК РФ	13947	16503	10451
Итого	6505358	7362738	7760314

Источник: официальный сайт ФНС России

Проанализировав таблицу 5, мы видим, что наибольшая часть поступлений приходится за счет налогов на доходы физических лиц с доходов, источником которых является налоговый агент, за исключением доходов, в отношении которых исчисление и уплата налога осуществляются в соответствии со статьями 227, 227.1 и 228 НК РФ. Доля остальных

поступлений налога невелика.

Также можно сказать, что доля поступлений НДФЛ с доходов, источником которых является налоговый агент, возросла за анализируемый период на 19% или 1222465 тыс. рублей.

Поступления от НДФЛ с доходов, полученных от осуществления деятельности физическими лицами, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, нотариусов, занимающихся частной практикой, адвокатов, учредивших адвокатские кабинеты и других лиц, занимающихся частной практикой за анализируемый период сократились на 30% или на 11739 тыс. рублей.

Поступления от НДФЛ с доходов, полученных физическими лицами в соответствии со статьей 228 НК РФ, увеличились на 48563 тыс. рублей.

Поступления от НДФЛ в виде фиксированных авансовых платежей с доходов, полученных физическими лицами, являющимися иностранными гражданами, осуществляющими трудовую деятельность по найму у физических лиц на основании патента в соответствии со статьей 227.1 НК РФ сократились на 3496 тыс. рублей или на 33,45%.

Одной из важнейших задач экономического развития современной России является формирование эффективной бюджетной системы, ориентированной на стимулирование экономики, снижение социального неравенства населения. В качестве одного из важнейших направлений реализации данной задачи выступает стимулирование муниципалитетов на увеличение своих доходов для осуществления расходных полномочий.

Одним из главных направлений укрепления доходной базы местных бюджетов является увеличение налоговой составляющей доходов местных бюджетов, и, прежде всего за счет дополнительных отчислений налога на доходы физических лиц.

Таким образом, анализ динамики показателей поступления НДФЛ наглядно показал, что роль рассматриваемого налога в формировании регионального бюджета является значительной, в доходах местного бюджета – преобладающей. Рост поступлений НДФЛ вызван увеличением вознаграждений и выплат работникам, которые производят их работодатели.

На основании вышесказанного следует отметить, что поскольку подоходный налог является эффективным инструментом мобилизации денежных средств в бюджетную систему, способный оказать непосредственное влияние на развитие конкретного региона, именно правильно выбранная экономическая политика в отношении порядка распределения НДФЛ между бюджетами муниципалитетов является одной из важных составляющих успеха бюджетной реформы в России в целом.

Использованные источники:

1. Жарова Е.Н., Морозова Г.В. Развитие потенциала налога на доходы физических лиц в целях обеспечения экономического роста региона / Вестник Волжского университета им. В.Н.Татищева / №4(29), 2013.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

3. Официальный сайт ФНС России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nalog.ru>.

4. Филиппова Н. А. Развитие потенциала налога на доходы физических лиц как приоритета в укреплении финансовой самостоятельности муниципальных образований : монография / Н. А. Филиппова, Л. П. Королева, Г. В. Морозова; Минобрнауки России, ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н. П. Огарева».- Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2014. - 136 с.

5. Филиппова Н.А., Морозова Г.В., Семенова Н.Н., Дерина О.В., Ермошина Т.В. Налогообложение физических лиц: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Налоги и налогообложение" / Саранск, 2007. Сер. Учебники Мордовского университета.

6. ЭВОЛЮЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В XVIII-ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В. Морозова Г.В. Современные гуманитарные исследования. 2006. № 6. С. 44.

Билалова И.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ

Аннотация: В статье рассматривается проблема выбора женщиной между построением успешной профессиональной карьеры и посвящением себя семье и детям. Каждый из этих путей в жизни имеет как положительные, так и негативные стороны, которые нужно принимать во внимание.

Ключевые слова: профессиональная карьера, семья, проблема женской занятости, работающие женщины-матери

Профессиональная деятельность – одна из сфер самореализации личности, когда человек имеет возможность раскрыть и проявить свои способности, личностные и профессиональные качества, добиться признания своей неповторимости, значимости для других людей и для общества в целом [1, 118].

По сложившейся в обществе традиции женщина отождествляется с хранительницей домашнего очага, однако в современном мире такое представление становится всего лишь одной стороной женского бытия. Слабый пол старается проявить себя во всех сферах жизни. Женщины строят собственную карьеру, добиваются успеха. При таком раскладе профессия и карьера выходят на первое место, а семья отходит на второй план. В итоге дети у таких мам появляются в 35 лет, а то и позже. Это огромный минус, как для новоявленной мамы, так и ребенка, поскольку такое позднее рождение малыша может вызвать осложнения. Однако женщина, которая

сначала делает карьеру, а потом заводит детей, уверена в своем материальном благосостоянии и может дать своему ребенку все самое наилучшее. Если же служебная карьера женщины строится после заведения семьи и ребенка, то ситуация получается немного другая. Ребенок остается на воспитание бабушкам, нянчке или в группу продленного дня. В результате такого воспитания возникает негативный микроклимат в семье, дисгармония в отношениях родителей с ребенком. Успешная карьера взамен семейному благу в итоге не принесет ничего положительного [2].

Современные реалии складываются таким образом, что женщина в обществе нередко стоит перед выбором: семья или карьера. Часто женщины работают потому, что им нужны деньги. Однако, как показывают социологические исследования, многие женщины, работающие из-за экономической необходимости, не бросили бы ее, даже если вдруг перестали бы нуждаться в деньгах. Как пишет Дойл, «деньги имеют не только материальную ценность, они дают их владельцу вес в обществе и чувство собственного достоинства. Женщины открыли истину, которую мужчины знают уже давно: наше общество оценивает человека и его дела по тому, сколько он зарабатывает» (Doyle, 1983). Другими словами, многие женщины хотят работать (или можно сказать, что им это нужно). К тому же статистические данные свидетельствуют о том, что в нашей стране женщин с высшим и средним специальным образованием гораздо больше, чем мужчин, а это значит, что, жены в среднем образованнее своих мужей. И, конечно, женщина получает высшее образование вовсе не для того, чтобы в последствии стать дипломированной домохозяйкой, она должна работать, дабы реализовать свои способности и возможности [3, 34-35].

Для осознания особенностей женской карьеры стоит отметить еще несколько фактов. Так мужчины и женщины по-разному воспринимают и оценивают успех. Женщины – как гармоничное сочетание благополучия в семье и на работе, а мужчины распространяют свой профессиональный успех на успешность жизни в целом. Кроме того, женская карьера начинается не сразу после окончания учебного заведения и приема на работу, а через несколько лет после начала работы в организацию. Во многом это связано с созданием семьи, рождением и воспитанием детей. В создании карьеры женщины сознательно избегают построения неформальных, взаимно полезных отношений, а профессиональные и личные проблемы четко разграничивают, в случае конфликта однозначно выбирают компромиссный путь решения.

Женский взгляд на профессиональный статус выглядит несколько иначе. Смогли бы совместить работу и семейные обязанности, при активной поддержке мужа (где значительную роль играет семья, воспитание детей и обустройство дома) 46% женщин. Сначала семья, воспитание детей и только потом работа у 31% женщин. Для 23% женщин «наличие семьи не имеет значения», они относят себя к числу женщин-карьеристок и считают, что семья отнимает у них много времени [4, 257].

В заключение отметим, что роль женщины в современной российской семье имеет противоречивый характер и зависит от многих факторов: от ее образования, дохода, профессии, характера, наличия собственного имущества, то есть это то, в чем женщина может превосходить или уступать своему мужу. Но, несмотря на это, большинство респондентов считают женщину в семье, прежде всего матерью и называют репродуктивную функцию главной.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Проблема моббинга и профессиональная карьера // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Материалы Международной научно-практической конференции, ТОМ 1., в 2-х томах. Курск, 2011. С.118 – 119.
2. Котоманова О.В. Профессиональная карьера как путь личностного развития женщины /О.В. Котоманова// Вестн. Бурят госун-та. Вып. 5: Психология, социальная работа. - Улан-Удэ: Изд-во Бурят, госуниверситета, 2013. - С.102- 106 <http://elibrary.ru/item.asp?id=16973092>
3. Игебаева Ф.А. Профессиональная карьера женщин на фоне «гендерного неравенства» // Современные проблемы мировой науки – 2014. В сборнике: *Strategiczne pytania światowej nauki - 2014 Materiały X międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji*. 2014. С. 34-40.
4. Резник С.Д. Гендерный менеджмент: женщины в управлении / С.Д. Резник // М.: Изд-во Финансы и статистика, 2009 . – 416 с.

*Битакова М.Э.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассматриваются теоретические аспекты анализа затрат предприятия, проблема снижения затрат на производство и реализацию продукции, основные источники информации для анализа затрат и себестоимости продукции.

Ключевые слова: *затраты на производство, анализ затрат, себестоимость продукции.*

This article discusses the theoretical aspects of the analysis of the costs of the enterprise, the problem of reducing the cost of production and sales, the main sources of information for the analysis of costs and production costs.

Keywords: costs of production, cost analysis, the cost of production.

В результате деятельности производство совершает материальные и денежные затраты на социальное развитие своих коллективов, на расширенное и на простое воспроизводство оборотных средств и основных фондов, производство и реализацию продукции. В процессе производства продукции используются средства труда, предметы труда, а так же человеческий труд.

Все затраты предприятия на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме, образуют себестоимость продукции, которая является самым главным показателем эффективного использования ресурсов. В условиях рыночных отношений одной из актуальных проблем является проблема снижения затрат на производство и реализацию продукции. Хорошее качество и более низкие затраты – основные требования для конкурентно-способной продукции. Выявить возможности снижения затрат помогает анализ основных показателей деятельности предприятия.

В настоящее время одним из наиболее важных вопросов является проверка правильности отнесения затрат на производство и реализацию продукции, так как себестоимость продукции – важная характеристика деятельности организации, её филиалов, крупных подразделений, направлений деятельности, определяющей качество их работы.

Одной из причин высокого уровня себестоимости продукции является более низкий уровень механизации производственных процессов. Если применять частичную механизацию, то она облегчит рабочий процесс, но не обеспечит существенного роста производительности труда. Можно сделать вывод, что комплексная механизация производственных процессов, рациональное использование оборудования один из путей снижения себестоимости продукции.

Объем производства и объем реализации продукции являются взаимозависимыми показателями. Объем производства продукции выдвигается на первый план в условиях ограниченных производственных возможностей. Предприятие должно производить только те товары и в таком объеме, которые оно может реально реализовать.

Эффективное управление затратами обеспечивается с помощью единых требований к информационному обеспечению, планированию, учету, анализу затрат предприятия. Все это обеспечивает система управленческого учета, соединяющая все эти элементы в едином методическом пространстве и выступает как комплексное, системное исследование затрат на производство.

Большое значение имеет анализ себестоимости продукции, работ и

услуг, так как позволяет определить тенденции изменения затрат производства, выполнение плана по уровню себестоимости, влияние факторов изменения издержек производства и на этой основе дать оценку работы предприятия и установить резервы снижения себестоимости продукции.

Валовая продукция является основным показателем объема производства и реализации продукции. Она представляет собой общий объем продуктов основной деятельности предприятия за определенный период времени в денежном выражении. В показателе валовой продукции учитываются все произведенные в данном периоде продукты, предназначенные для собственного потребления, а также продукты различной степени готовности.

Валовую продукцию можно рассчитывать двумя способами: на основе валового оборота и на основе поэлементного подсчета.

Таким образом, анализ затрат по производству и реализации продукции позволяет выявить изменения основных показателей, которые влияют на себестоимость сельскохозяйственной продукции, а также проанализировать работу предприятия по рациональности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов.

Использованные источники:

1. Бородуля, Е.Б. Оценка результативности деятельности современного предприятия / Е.Б. Бородуля, А.В. Жирнов // Международный технико-экономический журнал. - 2015. - № 5. - С. 20-24.
2. Бурко, Р. А. Роль импортозамещения в экономике России // Молодой ученый. 2013. №11.
3. Гурова, Т. Нация предприниматель // Эксперт, 2012. №36.
4. Жирнов, А.В. Инвестиции и развитие материально-технической базы сельского хозяйства / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина // Экономика и социум. - 2014. - №4-6(13). - С. 731-734.
5. Жирнов, А.В. Риск-предикторный анализ финансовой составляющей предпринимательской деятельности /А.В. Жирнов // Экономика и предпринимательство. – 2016. - № 1-1 (66-1). – С. 926-931.
6. Жирнов, А.В. Проблемы обеспеченности материально-технической базы сельскохозяйственных предприятий России / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения» - Ульяновск, 2011. С. 58-60.
7. Жирнов, А.В. Решение аграрного кризиса - создание крупных сельскохозяйственных предприятий / А.В. Жирнов // Материалы II-й Открытой Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Молодежь и наука XXI века» - Ульяновск. – 2007. – С. 273-275.
8. Жирнов, А.В. Экономические санкции и продовольственная безопасность / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и

образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения» Ульяновск, 2015. – С.147-149.

9. Зангиев А.А., Андреев О.П. Оптимизация параметров и режимов работы агрегатов для уборки зерновых культур по индустриально-поточной технологии. -М.: Информагротех, 1996. -124 с.

10.Лапшина, Г.В. Социальные программы как элемент развития сельских территорий / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Международная научно-практическая конференция «Организационно-экономический механизм инновационного развития сельского хозяйства в исследованиях молодых ученых» Москва, 2014. – С. 146-149.

11.Перегородиева, Л.Н. Стратегия импортозамещения в России. // Экономика. 2012. №1.

Бояринова В.И.

студент магистратуры

юридический факультет

Новосибирский Национальный исследовательский

государственный университет

Новосибирский государственный университет, НГУ

Россия, г. Новосибирск

ПРАКТИКА ВОЗМЕЩЕНИЯ «ГОНОРАРА УСПЕХА» В СОСТАВЕ СУДЕБНЫХ РАСХОДОВ

Статья посвящена развитию судебной практики по вопросу взыскания «гонорара успеха» с проигравшей стороны в составе судебных расходов, а также обосновывается целесообразность такого взыскания.

Ключевые слова: судебные расходы, «гонорар успеха», вознаграждение, представительство, арбитражный процесс.

The article is devoted to the development of jurisprudence on the issue of penalty, "success fee" with the losing side as a part of court costs, as well as the expediency of such a penalty.

Key words: court costs, «success fee», remuneration, representation, arbitration process.

У института «гонорара успеха» глубокие исторические корни, которые позволяют осмыслить его функции. Еще Цицерон отмечал: «расположение наше всегда более клонится туда, откуда можно надеяться на более верное и скорое получение хорошей платы» [3].

К гонорарам за оказание юридической помощи в разных государствах и в разные эпохи складывалось различное отношение. Так, на первых порах становления юриспруденции в Древней Германии действовал принцип безвозмездности юридической помощи. В XVII-XVIII веках в некоторых германских государствах адвокаты получали жалованье от государства. Постепенно в большинстве континентальных государств была принята система эквивалентной возмездности, в то время как в англо-французской системе организации адвокатуры присутствовало ограниченное возмещение,

которое и держится в ней по настоящее время. Аналогичное правило действовало и в Древнем Риме: Закон Алимента Цинция о дарах и приношениях провозглашал запрет брать деньги или подарки за предстоящее к защите дело. Однако после достижения результата было разрешено брать ограниченную сумму [3].

Е.В. Васьковский отмечал, что «вопрос гонорара является одним из самых сложных, так как он должен быть компромиссом между двумя диаметрально-противоположными требованиями. С одной стороны адвокат, подобно суду и прокурору, должен быть независим от тяжущихся. С другой стороны, получая вознаграждение от клиентов, он не может не чувствовать материальной зависимости от них» [2].

Гонорар успеха, несмотря на периодические запреты со стороны законодателя, применялся и применяется на практике, так как в большинстве случаев обуславливались резонными деловыми соображениями, а отнюдь не коррупционными мотивами [4]. Свобода определения стоимости юридических услуг диктуется правилами рынка, в частности механизмами ценообразования и конкуренции, однако размер такого гонорара является ограниченным и не может быть запредельным.

В западной юридической практике выработаны различные способы, позволяющие снизить собственные судебные расходы, например страхования судебных издержек (After The Event (ATE) Insurance), финансирования судебных издержек третьей стороной (Third Party Funding (TFE)). По целому ряду причин эти способы малоприменимы в российской судебной практике, так что возможность включить в договор условие о гонораре успеха является едва ли не единственным способом обеспечить в сложных финансовых условиях доступность квалифицированной правовой помощи [1].

В соответствии со ст. 25 Федерального закона от 31.05.2002 № 63-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации», адвокатская деятельность осуществляется на основе соглашения между адвокатом и доверителем. Согласно п. 2 ст. 16 Кодекса профессиональной этики, гонорар адвоката определяется соглашением сторон и может учитывать объем и сложность работы, продолжительность времени, необходимого для ее выполнения, опыт и квалификацию адвоката, сроки, степень срочности выполнения работы и иные обстоятельства.

Судебная практика по вопросу возмещения в составе судебных расходов суммы гонорара в последнее десятилетие не отличалась единообразием.

Так, Конституционный Суд РФ еще в 2007 году разъяснил, что нельзя ставить размер оплаты по договору исключительно в зависимость от того, какое решение будет вынесено по делу без совершения определенных действий или осуществления определенной деятельности со стороны исполнителя.

Ступенью на пути к смягчению позиции законодателя относительно «гонорара успеха» стало Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 05.12.2007 № 121, в котором суд подчеркнул, что «гонорар успеха» взыскивается с проигравшей стороны, но только в разумных пределах. Данное постановление дало начало для взыскания сумм гонораров (Определение ВАС РФ от 24.06.2013 № ВАС-12252/11), однако не смогло до конца придать единообразие судебной практике, и далеко не все нижестоящие суды признавали возможность взыскания «гонорара успеха» в качестве судебных расходов (Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 03.07.2013 г. по делу № А45-10408/2012).

Требования разумности к суммам гонораров устанавливались постепенно на уровне высших судебных инстанций. Так, Президиум ВАС РФ в Постановлении от 04.02.2014 г. № 16291/10 отметил, что кроме проверки фактического оказания юридических услуг представителем, суд также вправе оценить качество оказанных услуг, в том числе знания и навыки, которые демонстрировал представитель, основываясь, в частности, на таких критериях, как знание законодательства и судебной практики, владение научными доктринами. Каким образом судам надлежит оценивать данные обстоятельства, Президиум ВАС РФ не указал.

Верховный суд в Определении от 25.05.2015 г. № 302-КГ15-2312 вновь указывает, что результат соглашения клиента и представителя («гонорар успеха») не может быть взыскан в качестве судебных расходов с процессуального оппонента клиента, который стороной указанного соглашения не является. Однако судом отмечено, что гонорар успеха нельзя взыскать в составе судебных расходов, если эта часть вознаграждения была поставлена в зависимость исключительно от положительного итога рассмотрения дела и не была обусловлена оказанием новых услуг (помимо тех, которые уже были учтены в договоре).

Таким образом, практика взыскания «гонорара успеха» в составе судебных расходов противоречива. Можно выделить два направления: первое, в котором требования о взыскании гонорара в составе судебных расходов удовлетворяются, но на усмотрение суда в «разумных» пределах и второе, в котором суды полностью отказывают в возмещении.

Использованные источники:

1. Браун М., Зеленин А. Судебные издержки при защите прав в коммерческих спорах: решаема ли проблема дороговизны правосудия? // Legal Insight. 2012. № 3(9).
2. Васьковский Е.В. Организация адвокатуры. Часть I. Очерк всеобщей истории адвокатуры. Спб: Н.К. Мартынов, 1983.
3. Вишневская О. Институт оплаты услуг адвоката в древнем мире // Юридический бизнес. 2009. № 10-11.
4. Пепеляев С.Г. Компенсация расходов на правовую помощь в арбитражных судах. М.: Альпина Паблицер. 2013.

Бранчуков А.Д.
студент
факультет Информационных сетей и технологий
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»
Россия, г. Самара

СОТОВЫЕ СЕТИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

В данной статье рассмотрены основные стандарты сотовых сетей. Были проанализированы характерные свойства каждого поколения. Выявлены и обоснованы основные преимущества и недостатки. На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что развитие сотовых сетей идет достаточно быстро - примерно раз в 10 лет появляется новое поколение. Наиболее приоритетно на данный момент усовершенствование сетей 4G и развитие сети 5G.

Ключевые слова: поколение, скорость передачи, технология, сеть, GSM, CDMA, GPRS, EDGE, UMTS, HSPA, LTE, WiMAX, 3G, 4G, 5G

Еще недавно мобильный телефон использовался исключительно для звонков и содержал минимальный набор функций. Однако время не стоит на месте, и технологии тоже не заставляют себя ждать. С совершенствованием телефонов, а так же появлением различных устройств, беспроводное сетевое оборудование постепенно стало занимать ниши, в которых использование проводных сетей невозможно или нецелесообразно. Возникла необходимость увеличения скорости передачи данных. Все эти аспекты приводили к появлению сотовых сетей более нового поколения. В каждом поколении существует несколько стандартов связи, имеющие свои особенности и преимущества.

Рассмотрим каждое поколение в отдельности. Предшественником сотовой сети является подвижная радиотелефонная связь. В 80-х годах прошлого столетия началась активная разработка сетевых стандартов нового поколения. В Европе были созданы NMT и TACS, в США AMPS. Данные технологии считаются первым поколением. Именно они позволили стать сотовым телефонам таким популярным устройством. Стандарты первого поколения не поддерживали передачу данных так как были аналоговыми.

В 90-х годах начался подъем цифровых сетей. Появилось второе поколение в виде стандартов TDMA (Европа), которое в последствии перерастет в GSM, и CDMA (Америка и Азия). По сравнению с первым поколением, оно имело ряд преимуществ: поддержку передачи коротких текстовых сообщений (SMS), впервые телефонные разговоры стали шифроваться, поддерживало технологию передачи цифровых данных (CSD) на скорости до 15 Кбит/с. Практической пользы от CSD не было, так как для его использования требовалось совершить специальный вызов, чтобы появился доступ в интернет. Соответственно принять входящий вызов абонент не мог, а нахождение в интернете обходилось дорого.

В 1997 году появился сервис GPRS. Благодаря ему, сотовые сети начали поддерживать непрерывную передачу данных на скорости до 175 Кбит/с, а операторы получили возможность тарифицировать трафик, а не время на линии.

Для усовершенствования сетей второго поколения, был разработан стандарт EDGE в 2003 году. Поддерживал скорость до 475 Кбит/с. Данный стандарт был широко распространен ввиду легкости его внедрения и использовался GSM операторами достаточно долго время.

Наконец после долго господства стандарта EDGE, появляются сети третьего поколения. Сеть основана на пакетной передаче данных. Работают на частоте 2 ГГц и достигают скорости до 3,6 Мбит/с. Сети третьего поколения смогли удовлетворить нарастающую потребность повышенного трафика. Страницы в интернете стали открываться быстрее, появилась возможность совершать видео вызовы. В сетях третьего поколения была решена проблема жесткого переключения от одной базовой станции к другой, что избавило от обрывов связи в движении.

Самыми востребованными стали стандарты UMTS (Европа), для модернизации сетей GSM, и CDMA 2000 (Азия и Америка). Вскоре технология CDMA2000 получила обновление 1x EV-DO Rel.0, а UMTS усовершенствовалось до технологии HSDPA и HSUPA. Дальнейшие усовершенствования UMTS позволили создать стандарты HSPA+, HSPA+ Dual Carrier, и HSPA+ Evolution, тем самым обеспечив в теории скорость передачи данных от 14 Мбит/с до умопомрачительных 600 Мбит/с.

Важной проблемой сетей UMTS является повышенное энергопотребление в сравнении с GSM.

Полное подключение Операторами Российской Федерации к стандартам третьего поколения продлилось до 2010 года.

2010 год так же ознаменовался внедрением сетей 4G - это поколение мобильной связи с повышенными требованиями. Технологией дальнейшего усовершенствования GSM/EDGE и UMTS/HSPA стал LTE. Пропускная способность сети увеличивается за счет использования иного радиоинтерфейса вместе с улучшением ядра сети. LTE стал единым обновлением стандартов UMTS и CDMA 2000. Стандарт LTE использует по всему миру различные частоты.

Другой технологией четвертого поколения стал WiMAX, которая позволяет использовать сеть 4G без сим карты.

Изначально технологии WiMAX и LTE не соответствовали спецификациям IMT (International Mobile Telecommunication). Дальнейшее развитие технологий в виде LTE Advanced и WiMAX 2 были признаны полноценными сетями четвертого поколения IMT в 2012 году.

Основным отличием 3G от 4G заключается в том, что технология 4G полностью основана на протоколах пакетной передачи данных, в то время как 3G включает в себя как пакетную коммутацию, так и коммутацию каналов. Для передачи голоса в сетях четвертого поколения предусмотрена

технология VoLTE. Она имеет в три раза больше голосовую ёмкость и ёмкость данных, чем сети 3G.

Сеть четвертого поколения в России поддерживают операторы Yota, Freshtel, МегаФон, МТС, Билайн с разной зоной покрытия и разным присутствием в регионах.

Для организации голосовых вызовов в настоящее время используется подход CSFB (Использование для разговора сети предыдущих поколений), однако идёт тестирование и планируется к запуску VoLTE.

Во всем мире в настоящий момент идет активная разработка сети пятого поколения. Основу такой архитектуры сети будет составлять технология SDN (программно-определяемая сеть). Толчком для создания сети пятого поколения стало возросшее число мобильных устройств, у которых имеется доступ в Интернет.

Главным назначением сети пятого поколения станет увеличение емкости сетей, расширение спектра используемых частот, значительное увеличение скорости, возможность поддержания стабильного уровня связи даже с множеством подключенных устройств, качественное предоставление услуг связи даже в самых плотно населенных районах, минимальные задержки. Предполагается, что новая технология значительно повысит эффективность инфраструктуры сетей, ведь именно над этой задачей трудятся все операторы в мире. Ожидается, что сети 5G будут не сота-ориентированными, а устройство-ориентированными. Это означает, что устройство абонента будет соединено не только с базовой станцией, но и с такими же соседними устройствами. Скорость передачи данных в сети 5G будет составлять 10 Гбит/с, однако некоторые исследования показывают, что возможен разгон до 125 Гбит /с.

Крупномасштабное развертывание сети 5G планируется в 2020 году, но протестирована она будет накануне ЧМ по футболу в 2018 году. Россия будет в числе первых стран, где появится мобильная связь нового поколения.

Самое активное продвижение сетей нового поколения в России выполняется компанией Мегафон, которая сама же участвует в разработке и усовершенствовании стандартов.

Будущее за беспроводными технологиями. Это позволит решить проблему с доступом в интернет в мало населенных районах, а в конечном итоге и вовсе может избавить от необходимости проводного соединения.

Использованные источники:

1. Попов В.И., Основы сотовой связи стандарта GSM//М.: ЭкоТрендз, 2005. - 296 с.
2. Тихвинский В.О., Управление и качество услуг в сетях GPRS/UMTS//М.: ЭкоТрендз, 2007. - 400 с.
3. Битнер В.И., Михайлова Ц. Ц. Сети нового поколения//М.: Горячая линия, 2011 - 226 с.

Булатов Д.М.

*студент 3 курса
факультет «Экономики и управления»
Овчинникова И.В.
научный руководитель
Россия, г. Кемерово*

ОПТИМИЗАЦИОННОЕ НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ.

Оптимизационное налоговое планирование предполагает качественно другой подход к организации бизнеса. К обычным критериям построения бизнеса необходимо добавить и постоянно учитывать критерий минимизации налогов. Обычная ошибка предпринимателей, которые хотят сэкономить на налогах в соответствии с законом, сначала разработать организационную и финансовую схему бизнеса, а потом в рамках готовой схемы минимизировать налоги. В подобных условиях достигнуть желаемого результата очень сложно. Думать о налогах, необходимо с самого начала планирования своей хозяйственной деятельности.

В идеальном варианте налоги должны быть сведены к небольшой сумме. Всю систему экономических, финансовых и правовых отношений предприятия необходимо рассматривать под углом минимизации налогов и проводить комплекс соответствующих мероприятий. Достигнуть нулевого налогообложения, конечно же, невозможно, да и просто неприлично. Однако если к этому изначально стремиться и соответственно действовать, то степень налогообложения будет существенно меньше.

Способы законного (легального) уменьшения налогов всегда были и будут. Во-первых, из-за законодательно установленных различных видов налоговых режимов и льгот. Нестандартное применение различных налоговых режимов и льгот бывает очень полезным с точки зрения минимизации налогообложения. Во-вторых, по причинам системного характера - в современной очень динамичной и сложной экономике заранее просчитать все налоговые последствия самых разнообразных возможных экономических действий налогоплательщика принципиально не представляется возможным, а значит, будут существовать такие действия, которые будут более выгодными налогоплательщику.

В широком смысле оптимизационное налоговое планирование имеет социальный, организационный, юридический, экономический, финансовый, бухгалтерский и прочие аспекты. Оно прямо затрагивает интересы предприятий, физических лиц и самого государства. Важное значение, для оптимизационного налогового планирования, имеет анализ и планирование экономической деятельности предприятия. На самом деле, конечно, налоговое планирование является всего лишь составной частью общего экономического планирования налогоплательщика. Разработка и осуществление планов вообще, планов удачных, планов неудавшихся и самых разных очень способствует пониманию ситуации на рынке и на предприятии и является основой для принятия в будущем эффективных решений.

Оптимизационное налоговое планирование в качестве системного подхода не может быть реализовано без анализа и планирования, то есть сбора и целенаправленной переработки информации с использованием некоторых основных экономических показателей конкретного бизнеса. Особенно это относится к предприятиям, чья деятельность имеет разносторонний характер. Для таких предприятий очень важно разделить материальные и финансовые потоки, финансовые и налоговые показатели для каждого вида деятельности.

Управленческий учет очень внимательно рассматривает расходы и доходы так называемых центров ответственности предприятия. Для целей налогового планирования эти самые центры необходимо рассматривать и как центры по формированию налоговых платежей.

Финансовое планирование в рамках предприятия использует несколько методов, в том числе расчетно-аналитический, балансовый, нормативный и оптимизации. Оптимизация реализуется при выборе лучшего из нескольких существующих вариантов. Фактически этот же метод используется и при оптимизационном налоговом планировании.

Оптимизационное налоговое планирование представляет собой разработку некоторых экономических действий, налоговых схем и их документального оформления, направленную на минимизацию налогов в рамках законной деятельности предприятия. Математически модель оптимизационного налогового планирования может быть представлена как аналитическая задача нахождения минимума налоговых платежей для применяемой финансовой схемы, с некоторыми постоянными и переменными экономическими показателями. Под постоянными экономическими показателями понимаются те экономические показатели, на которые налогоплательщик не может влиять, которые от него практически не зависят. Под переменными экономическими показателями понимаются те экономические показатели, на которые налогоплательщик может влиять, которые каким-либо образом от него зависят.

При этом очень важно определиться с соотношением постоянных и переменных экономических показателей. Дело в том, что чем большим количеством переменных показателей можно свободно пользоваться, тем больше степеней экономической свободы, тем легче можно решить поставленную задачу налоговой минимизации. Практически все попытки реализации оптимизационного налогового планирования приводят к налоговым схемам с какими-либо ограничениями и изъятиями, и чем меньше будет число ограничений в конкретной схеме, тем она будет проще и эффективнее.

Постоянные показатели зависят как от внутренних условий хозяйствования предприятия (стоимость сырья, величина зарплаты и т.д.), так и от внешних условий (необходимость лицензирования и подчинения установленным правилам, мнение контрольных органов, воплощенное в

нормативных актах, специфика регионов и т.д.).

К переменным показателям можно отнести организационно-правовую форму предприятия, вид и качество реализуемой продукции (работ, услуг), формы взаиморасчетов и т.п.

В самом простом варианте налогообложение зависит от статуса хозяйствующего субъекта и вида договора, который он применяет.

В целях налогового планирования очень важно бывает своевременно отказаться от привычных, давно применяемых схем бизнеса и расчетов. Если в рамках существующих схем невозможно добиться существенных результатов, значит, пришло время менять сами схемы. Тогда оптимизация должна проводиться не только в рамках действующей схемы бизнеса, но и между различными возможными схемами бизнеса

Достаточно показательным в этом смысле отношении предпринимателей к юридическим лицам. Многие из них продолжают относиться к предприятиям с излишним уважением и почтением. На самом деле предприятие - это всего лишь инструмент для бизнеса, имеющий определенную цену приобретения и цену расставания. Если устраивает цена - можно сделать несколько юридических лиц, чего-то не сложилось - создать новые предприятия и т.д., причем все в соответствии с законом. А если, как поступает большинство предприятий, с небольшими нарушениями - все это можно делать и достаточно быстро.

Вообще процесс ликвидации предприятий в нашей стране почти всегда сопровождается целым букетом правонарушений. Очень редкие предприятия ликвидируются с полным соблюдением всех требований законодательства. Этому есть вполне объяснимая причина, нормы законодательства должны быть реальны и выполнимы. Предприятие достаточно легко создать, но очень трудно ликвидировать в рамках действующего законодательства. Таким образом, совершенно не обоснованная и не просчитанная сложность процесса ликвидации приводит к повсеместному нарушению закона.

Использованные источники:

1. Перов А.В., Толкушкин А.В. Налоги и налогообложение. – М.: ЮРЛАЙТ 2012.
2. Черник Д. Г. Налоги. Учебное пособие. - М.: Финансы и кредит, 2013.
3. Юткина Т.Ф. Налоги и налогообложение. Учебник. – М.:ИНФРА-М.:2011.
4. Химичев Н.И. Финансовое право. Учебник. – М.: 2011.

*Бутенко Н.А., к.филос.н.
доцент
кафедра философии и права
Сургутский государственный университет
Российская Федерация, г. Сургут*

ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА В КОНТЕКСТЕ ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности русского национального характера и исторические условия его формирования. Автор отмечает, что эти особенности обусловлены евразийским характером российской цивилизации. В статье проводится сравнительный анализ национального характера, свойственного народам западной и российской цивилизации.

Ключевые слова: этнический характер, цивилизация, архетипы, стереотипы, концепты, евразийская цивилизация.

Summary: In article features of the Russian national character and historical conditions of his formation are considered. The author notes that these features are caused by the Euroasian character of the Russian civilization. In article the comparative analysis of the national character peculiar to the people of the western and Russian civilization is carried out.

Keywords: ethnic character, civilization, archetypes, stereotypes, concepts, Euroasian civilization.

Проблема формирования национального характера исследуется в философии и психологии, а также ряде других дисциплин на протяжении многих лет. О социально-психической основе этнического (национального) характера писали такие российские авторы как Л.Н.Гумилев, В.Ю.Хотинец, Г.М.Андреева, Г.У.Солдатова, Ю.В.Арутюнян, К.Касьянова и другие. В национальном характере на передний план выходят особенности этносов, их отличия. Этнический (национальный) характер – это важный компонент этнического самосознания, который пронизывает социально-психологический и психический уровни этнического самосознания. Согласно мнению К.Касьяновой, «социальные архетипы» существуют в нас на уровне поступка и чувства. Это и есть бессознательные структуры, они представляют наш национальный (этнический) характер [5,с.74]..

Национальный характер, на наш взгляд, включает в себя определенные архетипы самосознания. Вообще, архетипы недоступны непосредственному наблюдению, поэтому их можно изучать через проявление национального (этнического) характера, символы, этнические стереотипы. Много домыслов и избитых выражений применяется, когда пытаются описать русский национальный характер, или о русскую душу. Часто используется выражение о непредсказуемости и загадочности русского национального характера. Для выявления фундаментальных особенностей русского национального характера необходимо определить конкретный набор стереотипов-ценностей, носителями которых оказался русский народ, и сопоставить это набор с ценностями других народов, в частности европейских. Необходимо при этом учитывать, что на формирование национального характера влияют такие факторы, как природная среда, ландшафт и историческое развитие. Устойчивые особенности природных условий и особенности нашего исторического развития выражаются в

этнических стереотипах, совокупность которых образует русский национальный характер. Можно сказать, что это в первую очередь, устойчивый, схематизированный образ нашей собственной этнической общности. Интерес представляет замечание А. О. Бороноева и П. И. Смирнова, что стереотипы, касающиеся европейских народов, несут по отношению к национальному характеру какую-либо конкретную информацию. Например, считается, что немцы педантичны, аккуратны и законопослушны, французы – храбры, галантны, тщеславны, финны – упрямы, трудолюбивы, немногословны и т. д. В отношении русского национального характера всегда существует неопределенность, непостижимость для европейца, поскольку банальностью стало выражение «загадочная русская (славянская) душа» [2, с.9].

На наш взгляд, эта «загадочность» не содержит в себе основания для некой отрицательной оценки русского национального характера. Авторы данного исследования заблуждаются, указывая на то, что путь России оказался вне столбовой дороги мировой цивилизации» [2, с.15]. Видимо в данном случае подразумевается под «мировой цивилизацией» развитие только Западной цивилизации, как образца, остальные же народы остаются на задворках истории. Думается, что необходимо учитывать, что ценностные основы западной и российской цивилизаций различны. Европа пошла по пути латинизированного христианства, а Россия по пути православия. Духовные ценности этих двух направлений христианской религии во многом расходятся. Нельзя сбрасывать со счетов и то, что Россия - евразийская цивилизация, которая впитывала в себя ценности и других евразийских народов нехристианского вероисповедания. При сравнении этих двух мировых цивилизаций, российской и западной, всегда необходимо учитывать, что у каждой из них свой исторический путь развития и своеобразная национальная, цивилизационная культура, своеобразный национальный характер, составляющий содержание самосознания.

Тем более неправомерно утверждение Л. Н. Гумилева, что «так называемый «национальный характер» – это миф» [4, с.358]. Конечно же, национальный характер можно рассматривать как объективное явление, которое подлежит исследованию. Исследователи данного явления отмечают его противоречивость, видимо, имея в виду его «загадочность».

Например, Н. А. Бердяев отмечает, что «русский народ есть в высшей степени поляризованный народ, он есть совмещение противоположностей» [1, с.43-46]. Бердяев проводит параллель между «безграничностью, бесконечностью русской земли и русской души. В душе русского народа есть такая же необъятность, безграничность, устремленность в бесконечность, как в русской равнине». Существование крайних полюсов в русском характере Бердяев связывает с тем, что русскому народу трудно овладеть огромными пространствами и оформить их. Наличие двух противоположных начал в русской душе Бердяев объясняет существованием двоеверия, т.е. православной веры и языческой мифологии, их

переплетением. Поэтому в русском народе он открывает совершенно противоположные свойства: деспотизм – анархизм, вольность; жестокость – доброта, мягкость; обрядоверие и искание правды; индивидуализм – безличный коллективизм; национализм – универсализм, всечеловечность. Безусловно, Бердяев верно указал на противоречивость русского национального характера, но при этом, необходимо отметить, что у него он показывает, что одни черты характера (чаще отрицательные) доминируют над другими. Бердяев наблюдал этот характер в период кризиса, а в кризисных ситуациях чаще всего усиливаются отрицательные черты в национальном характере: жестокость, индивидуализм, национализм и другие.

Несмотря на противоречивость русского национального характера, имеется определенные архетипы, воздействие которых в целом превалирует в стереотипах поведения русского народа. Это такие архетипы как «соборность» и такие идеалистические «концепты» как образ «матери-земли», «родины», «судьбы». Данные архетипы и «концепты» функционируют в таких стереотипах поведения как «аврал», «авось» (беспечность), «терпение». Благодаря этим архетипам и «концептам» в национальном характере русский народ преодолевал исторические кризисы. [3, с.93]

К.Касьянова, так же как и Н. Бердяев, пытается обосновать противоречивость русского национального характера существованием двух противоположных начал в русском человеке: язычества и православия. Она утверждает, что русский человек обладает чертами «эпилептоидного» характера которые «гасятся» идеалами православия, что является достаточно сомнительным. Можно отметить, что национальный характер русских стал складываться в языческий период, а затем он во многом совместился с православными ценностями. Например, «терпимость», как элемент архетипа «соборность», сформировался еще в языческий период под влиянием географического фактора.

К. Касьянова выделяет еще два качества, присущие русскому национальному характеру: «религиозный фундаментализм», т. е. стремление придерживаться всех, а не только основных предписаний и запретов, и «судейский комплекс» – правдоискательство. Немцы тоже придерживаются порядка, закона, но внешне, а русские ищут порядок и гармонию внутри себя. Американцы, в отличие от русских, могут легко менять свои моральные принципы в соответствии с изменяющейся ситуацией. В отличие от западной цивилизации, в России место правовых норм занимают нравственные регуляторы: совесть, человечность. Такое качество как «совесть» в нашей культуре обладает большой ценностью.

В работах Н. А. Бердяева, П. А. Сорокина, Н. О. Лосского и других современных отечественных и зарубежных авторов показаны глобальные отличия русской и западной культуры [6, с.89]. Открытость, т. е. готовность ассимилировать, принимать извне, в русской культуре и наоборот,

замкнутость в западной культуре. Бердяев связывает это различие с географическим фактором, а именно огромным с пространством в России, и замкнутым в Европе. Проистекающий из идеала «соборности» приоритет общего над индивидуальным у русских означает «жертвование» личными интересами в пользу общего блага. И наоборот, приоритет индивидуализма над общим у западного человека проявляется в том, что в первую очередь учитываются личные интересы, а потом коллективные.

Таким образом, формирование национального характера тесно связано с развитием российской цивилизации с учетом всех ее природных, религиозных, культурных и ценностных факторов. Поэтому в основе национального характера народов, входящих в такие цивилизации как западная и российская лежат различные ценности и модели поведения.

Отмеченное воздействие русского мировоззрения на черты характера поддерживается и закрепляется особым типом цивилизации, и соответственно, то же имеет место и у западноевропейских народов.

Использованные источники:

1. Бердяев, Н.А. Русская идея / О России и русской философской культуре. – М.: Наука, 1990. – 528с.
2. Бороноев, А.О. Россия и русские. Характер народа и судьбы страны / А.О. Бороноев, П.И. Смирнов; – С-Пб., 1992. –546с.
3. Бутенко Н.А. Русский этнос и российская цивилизация: социально-философское исследование самосознания / Н.А.Бутенко; -Сургут: издательство ООО «Таймер», 2010 –124 с.
4. Гумилев, Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. Л.Н.Гумилев – М.: Ди-Дик, 1998. – 640с.
5. Касьянова, К. О русском национальном характере. /К.Касьянова – М.: Институт национальной экономики, 1994. – 367с.
6. Кочетков, В.В. Психология межкультурных различий./ В.В.Кочетков – М.: Пер-СЭ, 2002. – 413с.

Валиахметова И.Д.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

Аннотация: В статье рассматриваются особенности делового письма и определение официально-делового стиля языка. Дается описание речевого этикета делового письма как языкового явления.

Ключевые слова: культура, общение, деловой стиль, речевой этикет, литературная норма, стилистика, речь, письмо.

Одним из важнейших факторов, определяющих успех делового общения, является умение вести деловую документацию, соблюдение этических норм в сборе, обработке и распространении служебной

информации. Сегодня расширение многогранной деятельности любого предприятия, организации или отдельного руководителя невозможно представить без работы с документами. Подсчитано, что на составление служебных документов и работу с ними у некоторых категорий работников аппарата управления тратится от 30 до 70% рабочего времени [1, с.80].

Владение культурой делового общения, знание этикетных правил считается одним из важнейших профессиональных качеств делового человека. Умение создать бесконфликтную, доброжелательную атмосферу взаимопонимания и сотрудничества обеспечивает успех в деловом общении. Основная цель профессионального делового общения – налаживание контактов между предпринимателями из разных стран, развитие и укрепление сотрудничества, достижение положительного результата переговоров. Под деловым общением обычно понимают речевые стереотипы, принятые в общении в сферах производства, управления и администрирования.

Язык делового общения отражает статику мысли и сконцентрирован на структуре высказывания для ее оформления с помощью стандартизированных средств, клише, идиом, метафор и нестандартных конструкций [2, с.15]. Лексика делового общения включает слова литературного языка, употребляющиеся в деловых текстах в общепринятых значениях, терминологизированные слова и словосочетания.

Язык делового общения тесно переплетается с разговорно-бытовой лексикой, поскольку используется не только как средство передачи специфической информации, но и как основное средство общения в области производственно-экономических отношений, которое предполагает широкий спектр ситуаций: от неформально-бытовых до узкопрофессиональных.

Воздействие на партнера в деловой коммуникации осуществляется не через создание оригинальных творческих языковых единиц, а через средства оформления высказываний, т. е. через стиль и тональность высказывания, поэтому правильный выбор модальности, а также соответствующей тональности является его необходимым условием.

С функциональными особенностями жанра делового общения тесно связаны его грамматические особенности, которые по сути своей не являются функционально детерминированными и дидактически организованными в соответствии со спецификой языка деловой коммуникации. В этом случае встает вопрос, можно ли выделить основные грамматические черты, характерные только для делового английского или испанского языка, а не вообще для всего официального формально-делового общения, в том числе и научного.

Понятие нормы общения неразделимо связано с понятием этикета как совокупности правил поведения в обхождении с окружающими, форм обращения и приветствий, манер и т. п.

Следует отметить, что в деловой коммуникации осуществляются основные функции языка: информационная и контактоустанавливающая. На

основании этих двух функций деловая коммуникация в собственном смысле этого слова связана с репродуктивным характером речеобразования и функцией сообщения, а выбор формы ее выражения строго определен и варьируется в пределах нейтральной и формальной тональностей [3, с. 5].

Речевой этикет составляет функционально-семантическое поле единиц доброжелательного, вежливого общения в ситуациях обращения и привлечения внимания, знакомства, приветствия, прощания, извинения, благодарности, поздравления, пожелания, просьбы, приглашения, совета, предложения, согласия, отказа, одобрения, комплимента, сочувствия, соболезнования и т. п.

В деловом общении выделяются прямые и косвенные речевые акты. Так, если смысл той или иной этикетной формулы одинаково воспринимается говорящим и слушающим, то имеет место прямой речевой акт. Если общепринятый смысл этикетной формулы осложнен дополнительными смыслами, идущими от автора высказывания, то речь может идти о косвенном речевом акте, в котором смысл этикетной формулы не равен его прямому значению.

Таким образом, для делового письма характерно типовое разнообразие и яркое стилистическое своеобразие. Деловые письма должны отличаться безупречностью с точки зрения грамматики и правописания. Типовое разнообразие деловых писем и умелое использование этикетных формул позволяет автору добиваться понимания в деловых отношениях и продуктивного сотрудничества.

В заключение отметим, что написание делового письма – это своего рода искусство. Деловое письмо должно быть безукоризненным во всех отношениях: даже незначительное отступление от правил может сделать его неправомерным с юридической точки зрения. Правильно оформленное юридически, написанное хорошим языком на фирменном бланке, однозначное по смыслу деловое письмо – один из залогов успеха вашего дела [4, с. 125].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Служебная переписка как составная часть деловой коммуникации.// Информационная среда и ее особенности на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы Международной научно-практической конференции. – в 2-х частях. – ч 1. – Саратов, Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2012. – С.79 – 81.
2. Федоровская О. А. О жанровой классификации научно-технических документов и их лингвистических особенностях (на материале русского языка) // Разновидности и жанры научной прозы: сб. науч. тр. / под ред. М. Я. Цвиллинга. – М.: Наука, 1989. – С. 41 – 48.
3. Формановская Н. И. Русский Речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. – М.: Наука, 1967. – 168 с.
4. Игебаева Ф.А. Деловая документация в управленческой деятельности // Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики,

социологии и права. Материалы международной научно-практической конференции. – 12 декабря 2014. в 2-х частях, Ч.І. Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2014. – С.124 – 125.

5. Федоровская О. А. О жанровой классификации научно-технических документов и их лингвистических особенностях (на материале русского языка) // Разновидности и жанры научной прозы: сб. науч. тр. / под ред. М. Я. Цвиллинга. – М.: Наука, 1989. – С. 41– 48.

6. Формановская Н. И. Русский. Речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. – М.: Наука, 1967. – 168 с.

Валиахметова Р.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ТИПЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ: РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ

***Аннотация:** В статье рассматриваются типы взаимоотношений между руководителем и подчиненными. Дается научное обоснование необходимости повышения роли и ответственности руководителя организации, что требует формирования и развития его деловых, основанных на профессиональной этике взаимоотношений с подчиненными, повышения эффективности управленческой деятельности.*

***Ключевые слова:** коллектив, руководитель, подчиненные, управление, взаимоотношения, эффективность управленческой деятельности.*

Одним из важных вопросов в дисциплине «Этика деловых отношений» являются взаимоотношения между руководителем и подчиненными, начиная с момента принятия их на работу, отношений в процессе трудовой деятельности и увольнением.

Руководитель – лицо, на которое официально возложены функции управления коллективом и организации его деятельности.

Анализ управленческой деятельности в организациях позволяет сделать вывод о том, что одним из решающих условий успеха руководителя является необходимость обеспечения его влияния на своих подчиненных с целью полной их самореализации в профессиональной сфере. Заметим, что эффективный руководитель выполняет эту работу в процессе реализации трех основных ролевых функций: как высококвалифицированного специалиста, умелого организатора совместной трудовой деятельности, грамотного практического психолога и воспитателя подчиненных [1, с.13].

Ученые отмечают 120 позитивных черт, которыми должен обладать руководитель. Однако в этом множестве есть такие качества, которые для руководителя особенно важны. Среди других работников он должен выделяться не силой власти, а прежде всего, своим авторитетом, а также силой энергии, большей разносторонностью, большей талантливостью.

Авторитет руководителя – это его общепризнанное влияние, которое основано на значимости его должности, на доверии людей к его знаниям, опыту, нравственным достоинствам.

Люди осознанно подчиняются тому руководителю, который является для них примером не только в профессиональном, но и нравственном аспекте, который умело, совмещает в себе организаторские и воспитательные способности со строгой самооценкой. В то же время любой руководитель должен всегда уметь поставить себя в положение своего подчиненного, т.е. обладать способностью проникновения. Только при этом условии он не поставит зависимого от себя человека в такую ситуацию, в которой тот не в состоянии справиться с возложенной на него задачей. Руководитель должен обладать чувством объективности, т.е. умением оценивать все как бы со стороны, на расстоянии. Это помогает ему лучше определить истинные причины проявления тех или иных действий подчиненного, вернее оценивать достигнутые результаты, принимать правильные меры, чтобы укрепить уверенность у добросовестных работников и поправить нерадивых. Ему необходимо корректировать и свои действия, которые со стороны подчиненных вызывают отрицательное отношение. Проявление объективности требует от руководителя большой силы воли [2, с.278].

Основополагающее значение для *формирования чувства уважения* к своему руководителю, имеет уважение чужого достоинства. Нравственно-психологической основой этого принципа является аксиома, согласно которой ни один человек не чувствует себя достаточно комфортно без положительной самооценки. Следовательно, руководитель обязан видеть в каждом подчиненном не должность, а личность, проявлять доброжелательность и терпимость, с уважением относиться к его личной жизни, но при этом избегать советов в этой области.

Эффективность управления коллективом может быть достигнута при чутком отношении руководителя к своим подчиненным, соблюдении им принятых социальных норм, умении ценить в каждом человеке личность и чувство его полезности для людей, как бы он ни отличался уровнем своих способностей и занимаемым положением. Кемаль Ататюрк когда-то заметил: «И лучшие люди иногда попадают в худшие ситуации». Помня это, руководитель, ни при каких обстоятельствах, не должен ущемлять достоинства других людей, в какие бы ситуации они не попадали [3, с.61].

Интересное исследование динамики межличностных отношений в системе «руководитель – подчиненный», проведено американскими учеными – Херси и Бланчардом. В рамках этого подхода предполагается, что степень руководства сотрудником и его эмоциональной поддержки самым тесным образом связана с уровнем его профессиональной зрелости, то есть по мере роста профессионализма руководитель все меньше управляет и все больше поддерживает сотрудника, вселяя в него уверенность в своих силах.

Вместе с тем с достижением среднего уровня зрелости и выше

руководитель не только меньше руководит, но и меньше эмоционально поддерживает его, поскольку такой подчиненный уже в состоянии сам контролировать себя, и в этой ситуации сокращение опеки расценивается как доверие со стороны шефа.

Такой подход к проблеме позволяет использовать четыре вида отношений в системе «руководитель – подчиненный»: приказание, внушение, участие и делегирование.

♦ Согласно предлагаемой схеме приказание оптимально в случае низкого профессионализма, когда исполнитель не готов к самостоятельному выполнению задачи и не хочет брать на себя ответственность. Задача руководителя – инструктировать сотрудника, много руководить, и мало доверять.

♦ Внушение рекомендуется использовать на уровнях зрелости сотрудника от среднего до высокого: подчиненные еще не способны, но уже готовы взять на себя ответственность. Здесь особенно важны как руководство, так и поддержка, которые помогут добиться выполнения поставленной задачи.

♦ Участие наиболее эффективно на уровнях зрелости от среднего до высокого. Сотрудник уже способен к самостоятельному выполнению задания, и в такой ситуации требуется не столько руководство, сколько психологическая поддержка, совместное обсуждение проблемы и совместное принятие решений.

♦ Высокий уровень профессиональной зрелости предполагает передачу полномочий исполнителю – делегирование, что означает слабое управление и малую степень эмоциональной поддержки [4].

Делегирование полномочий – управленческий прием, заключающийся в передаче подчиненным части обязанностей, прав и соответствующей ответственности из сферы действий руководителя.

Подведя итог сказанному можно сделать вывод о том, что, помимо официальных обязанностей, закрепленных в соответствующих документах, руководителю по отношению к своим подчиненным много неофициальных обязанностей. Они состоят в справедливом и уважительном отношении к работникам, проявлении интереса к их здоровью, личным проблемам, успехам, взаимоотношениям в коллективе, оказании им при необходимости всесторонней помощи.

Одним словом, отношение «руководитель и подчиненные» должно быть идеальными, создающими условия для плодотворной деятельности, дающей большие результаты в работе и отношениях в коллективе.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. К вопросу о повышении эффективности управленческой деятельности на предприятиях АПК // Социально-политические науки. Международный межвузовский научный рецензируемый журнал. Москва, Издательский дом «Юр-ВАК», 2013, № 3. – С.13 – 15.
2. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений [Текст]: учебник для студентов

вузов: рек. М-вом образования и науки РФ / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова; М-во образования и науки РФ, Гос. ун-т управления. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 423 с.

3. Галимова Г.Н., Игебаева Ф.А. Стили руководства //Уральский регион Республики Башкортостан: человек, природа, общество: Материалы региональной научно-практической конференции. – Сибай: Изд-во ГУП РБ «СГТ», 2010. – С.59. – 62.

4. Психология менеджмента [Электронный ресурс]: <http://ovendij.ru/>

Вардикян Р.В.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ

***Аннотация:** В статье рассматриваются особенности протекания конфликта. Анализируются различные стили поведения конфликтующих. Автор отмечает, исход конфликтной ситуации во многом будет зависеть не только и не столько от причин, факторов и моделей протекания конфликта, степени его развития, сколько от отношения самих участников к конфликтной ситуации.*

***Ключевые слова:** конфликт, стадии конфликта, конфликтная ситуация, стили поведения в конфликте, разрешение конфликта.*

Мир устроен таким образом, что практически во всех сферах человеческой деятельности возникают конфликты, которые чаще всего основаны на эмоциях и личной неприязни, и их ассоциируют с агрессией, угрозой, враждебностью. Конфликт определяется тем, что сознательное поведение одной из сторон: личности, группы или организации – вступает в противоречие с интересами другой стороны. Управление конфликтом – одна из важнейших функций руководителя (в среднем они тратят около 20% своего рабочего времени). Для управления ими необходимо знать типы конфликтов, причины возникновения, особенности протекания, а также последствия, к которым они могут привести [1, с.250].

Конфликт – осознанное столкновение, противоборство двух людей или групп, их взаимоотношений, несовместимых, исключающих друг друга потребностей, интересов, целей, отношений, установок, ценностей значимых для личностей или групп. Конфликт служит способом выявления и разрешения противоречий, которые накопились в процессе делового общения.

Структуру конфликта, как правило, образуют: стороны или участники конфликта; предмет конфликта (из-за чего возник); представления участников конфликта о самих себе, о противостоящих сторонах.

В своем развитии конфликт проходит следующие стадии:

- предконфликтную ситуацию;

- конфликтное взаимодействие;
- разрешение конфликта.

По источнику возникновения конфликты можно разделить на объективно и субъективно обусловленные. Объективно обусловленным считается конфликт, возникший в сложной противоречивой ситуации, в которой оказываются люди. Плохие условия труда, нечёткое разделение функций и ответственности легко создают напряжённую обстановку, когда независимо от настроения, характеров людей, сложившихся в коллективе отношений и призывов к взаимопониманию и сдержанности вероятность возникновения конфликтов довольно велика. Устранить конфликты, вызванные такими причинами, можно только изменив объективную ситуацию. В этих случаях конфликт выполняет своего рода сигнальную функцию, указывая на неблагополучие в жизнедеятельности коллектива. К субъективно обусловленному относится конфликт, возникновение которого связано с личностными особенностями конфликтующих, с ситуациями, создающими преграды на пути удовлетворения их стремлений, желаний, интересов. Принятое решение кажется ошибочным, оценка труда – неправильной, поведение коллег – неприемлемым.

Одним из эффективных методов реагирования на конфликтное поведение является использование тактики «Я-высказываний». В напряжённой ситуации, когда человек испытывает сильные чувства, не нравящиеся ему, появляются сложности с их выражением. Самый простой способ решить эту проблему – осознать свои чувства и назвать их партнёру. Именно этот способ самовыражения и называется «Я-высказывания» [2, с.193].

Обычным, к сожалению, способом поведения в конфликтной ситуации является соскальзывание в одну из непродуктивных позиций: либо высказывание прямых негативных оценок (позиция «обвинитель»), либо жалобы (позиция «жертвы»), либо попытки отстранённо-рационально проинтерпретировать поведение собеседника (позиция «компьютера»).

Исход конфликтной ситуации будет зависеть не только и не столько от причин, факторов и моделей протекания конфликта, степени его развития, сколько от отношения самих участников к конфликтной ситуации.

Оценивая поведение людей в конфликте, необходимо учитывать:

- отношение человека к самому себе;
- отношение к другому человеку или людям.

Сочетание этих характеристик позволяет выделить следующие стили поведения в конфликте.

Стиль I. Характеризуется вовлечением партнёра в открытую конфронтацию, соперничеством, учётом исключительно собственных интересов, ориентацией на грубый выигрыш, полярностью проявления самодостаточности – либо очень высокой, либо очень низкой.

Стиль II. Характеризуется вовлечением партнёра в скрытое соперничество, скрытые атаки, чувством растерянности, замешательства,

выиграем путём манипуляции, по внешним признакам – высокой, на деле же – низкой самодостаточностью. Может проявляться в форме «дружеской» критики партнёра и в отказе под благовидным предлогом оказать необходимую поддержку.

Стиль III. Предполагает уход, бегство от конфликтной ситуации, предоставление возможности другим решать проблему, приспособление к партнёру, успех в ситуации конфликта – результат либо удачного стечения обстоятельств, либо уступки со стороны оппонента, характерны чувство обиды, вины, неуважение, низкая самодостаточность.

Стиль IV. Прямое, честное, адекватное выражение мыслей, чувств, потребностей, направленное на обоюдный выигрыш или беспроигрышное решение, характеризующееся открытым взаимодействием партнёров на равных, взаимным доверием, решением проблемы за себя и для себя, высокой самодостаточностью. Такой стиль поведения учитывает все сигналы (вербальные и невербальные), предполагает, что человек знает, чего он хочет и чего не хочет, может это чётко сформулировать без нападок на противоположную сторону, безоценочно, учитывая права и чувства других людей так же, как свои собственные [3, с.178-179].

Успех в разрешении конфликтных ситуаций обусловлен поведением, основанным на партнёрском общении как единственной стратегии, учитывающей позицию другого партнёра, его мотивы, интересы и проблемы, т.е. установкой партнёров на то, что «моя точка зрения – лишь одна из возможных», «ты можешь иметь свою точку зрения по данному вопросу», «твоя точка зрения представляет для меня большой интерес» и т.д. Любые спорные вопросы решаются совместно, стимулируется выдвижение любых предложений. В результате применения такой стратегии у партнёра нет ощущения превосходства оппонента, манипулятивного отношения к нему, соблюдается равенство позиций. Кроме того, такое поведение приводит к тому, что у обеих сторон возникает чувство психологической ответственности за исход конфликта.

Безусловно, трудно предвидеть все многообразие конфликтных ситуаций, которые создает нам жизнь. Поэтому и в разрешении конфликтов многое должно решаться на месте, исходя из конкретной ситуации, а также индивидуально-психологических особенностей участников конфликта [4,с.160].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Межличностный конфликт в организации и его последствия. // Язык и литература в условиях билингвизма и полилингвизма. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2012. С. 249 – 252.
2. Руденко А. М. Деловое общение / А. М. Руденко, С. И. Самыгин. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 413 с.
3. Сидоров, И. П. Деловое общение: учебник/ П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева. – 2-е изд., перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013.- 383 с. – (Высшее

образование: Бакалавриат).

4. Игебаева Ф.А. Социология: учебное пособие для студентов вузов. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 236 с. – (Высшее образование – Бакалавриат).

*Вартанян И.О.
студент 2 курса
юридический факультет
специализация «Менеджмент»
СКФ ФГБОУВО «РГУП»
Россия, г. Краснодар*

ФОРМИРОВАНИЕ СВЕДЕНИЙ ГКН ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КАДАСТРОВЫХ РАБОТ

Формирование Государственного кадастра недвижимости (далее ГКН) проводится при условии обязательного взаимодействия органов кадастрового учета с органами государственной власти и местного самоуправления, органами, которые осуществляют технический учет и техническую инвентаризацию объектов капитального строительства, органами, которые осуществляют государственную регистрацию прав на недвижимое имущество и сделок с ним, ведение лесного, водного и иных реестров и кадастров, налоговыми органами и др.

ГКН это систематизированный свод сведений об учтённом недвижимом имуществе, а также сведений о прохождении Государственной границы Российской Федерации, о границах между субъектами Российской Федерации, границах муниципальных образований, границах населённых пунктов, о территориальных зонах и зонах с особыми условиями использования территорий, иных предусмотренных Федеральным законом "О государственном кадастре недвижимости" сведений. Государственный кадастр недвижимости является федеральным государственным информационным ресурсом.

Государственный кадастр недвижимости состоит из следующих разделов:

- реестр объектов недвижимости;
- кадастровые дела;
- кадастровая карты (ст. 13 Закона № 221).

Реестр объектов недвижимости – это документ, в котором содержатся записи об объектах недвижимости в текстовой форме путем описания внесенных в государственный кадастр недвижимости сведений о таких объектах.

Структура реестра объектов недвижимости:

- реестры объектов недвижимости кадастровых округов (на электронных носителях с использованием автоматизированной информационной системы (АИС) ГКН;
- формы государственного реестра земель кадастрового района

(ГРЗ КР), журналы учета кадастровых номеров (на бумажных носителях).

В связи с этим считаю возможным проанализировать формирование объекта кадастрового учета.

1. Формирование объекта кадастрового учета:

2. Для проведения подготовительных работ лицом, осуществляющим формирование объекта кадастрового учета, в органе кадастрового учета запрашивается выписка для проведения формирования объекта кадастрового учета, предусмотренная абзацем 1 части 6 статьи 15 настоящего Федерального закона.

3. Установление и закрепление границ земельных участков и правовых зон, а также определение границ зданий, сооружений производится относительно пунктов опорной межевой сети с точностью не ниже одной второй миллиметра в масштабе карты (плана).

Для территорий в субъектах Российской Федерации по землям сельскохозяйственного назначения, кадастровая стоимость которых не ниже 50 процентов от среднего уровня по Российской Федерации, применять масштаб 1: 10 000, в иных случаях – 1: 25 000.

Для территорий, являющихся исконной средой обитания коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации, по землям сельскохозяйственного назначения, лесного фонда, водного фонда и запаса карта (план) выполняется в масштабе 1:200 000, а для земель промышленности и иного специального назначения, входящих в такие территории в масштабе 1:10 000.

Границы земельных участков закрепляются межевыми знаками, требования к которым устанавливаются Правительством Российской Федерации

Границы помещений определяются на поэтажных планах здания или сооружения с точностью не ниже одной десятой миллиметра в масштабе поэтажного плана выполненного в масштабе 1:200. Выступы менее 10 сантиметров на поэтажном плане не указываются.

4. Правила и точность измерения и исчисления размеров объектов кадастрового учета устанавливаются соответствующими техническими регламентами, принимаемыми в порядке, предусмотренном законодательством о техническом регулировании.

5. В результате выполнения работ по формированию объекта кадастрового учета изготавливается акт формирования, в состав которого включаются:

- 1) копия договора о формировании объекта кадастрового учета;
- 2) выписка для проведения формирования объекта кадастрового учета;
- 3) план объекта кадастрового учета, содержащий в графической и текстовой форме описание его местоположения и границ;
- 4) описание объекта кадастрового учета с указанием индивидуализирующих характеристик объекта кадастрового учета в объеме, предусмотренном статьей 6 настоящего Федерального закона, и его

идентифицирующей характеристики при наличии;

5) акт согласования границ (для земельного участка).

Акт формирования подписывается кадастровым инженером и заказчиком по договору о формировании объекта кадастрового учета.

Акт формирования может быть подготовлен и представлен в электронном виде в соответствии с требованиями законодательства об информации и информатизации.

Формы акта формирования и входящих в его состав документов, утверждаются органом правового регулирования.

Таким образом, формирование объекта кадастрового учета состоит из следующих работ, осуществляемых кадастровым инженером:

- 1) подготовительные работы;
- 2) установление и закрепление границ объекта кадастрового учета;
- 3) определение индивидуализирующих и идентифицирующих характеристик объекта кадастрового учета;
- 4) подготовка акта формирования объекта кадастрового учета.

Использованные источники:

1. Земельный кодекс Российской Федерации ред. от 9.04.2014г.
2. Федеральный закон от 24 июля 2007 года ФЗ N221 "О государственном кадастре недвижимости" в ред. от 23.07.2013
3. Указ Президента РФ от 11 декабря 1993 г. N 2130 "О государственном земельном кадастре и регистрации документов о правах на недвижимость" // Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации. - 1993. - N50. -Ст. 4868.
4. Приказа Минэкономразвития России от 28.12.2012 N 831 "Об утверждении форм кадастровых паспортов здания, сооружения, объекта незавершенного строительства, помещения, земельного участка, кадастровых выписок о земельном участке, о здании, сооружении, объекте незавершенного строительства и кадастрового плана территории"
5. Информационное взаимодействие органов кадастрового учета и органов местного самоуправления при формировании Государственного кадастра недвижимости [Текст] / О.Б. Раевская // Проблемы управления земельными ресурсами страны на современном этапе: сб. науч. тр.// М.: ГУЗ, 2013. – С. 217 – 226.
6. Дудник Д.В. Оценочные критерии и критические факторы эффективности организационно - экономического механизма природопользования и охраны окружающей среды в Российской Федерации // Управление собственностью: теория и практика. Научно-практический журнал. – МГУ. - Москва. -2013 г. - № 4. – с.
7. Дудник Д.В. Экономическое содержание основных функций государственного управления земельными ресурсами Российской Федерации // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2009. № 19. С. 30-35.
8. Дудник Д.В. Принципы экономического управления земельными ресурсами Российской Федерации // Предпринимательство. 2009. № 2. С. 35-

39.

9. Дудник Д. В. Экономическое стимулирование охраны окружающей среды как инструмент экономического управления земельными ресурсами Российской Федерации // Теория и практика общественного развития. 2011. № 2. С.316-320

10. Дудник Д.В. Оценка эколого-экономического риска в процессе рационального природопользования при осуществлении эколого-экономического управления земельными ресурсами региона (по материалам Краснодарского края) // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. № 5. 2012. <http://uecs.ru>

11. Дудник Д.В. Механизм оценки эколого-экономической эффективности управления земельными ресурсами в системе природопользования региона // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 45 (9). С. 49.

12. Основы экономического управления земельными ресурсами Российской Федерации // Монография / Дудник Д. В. Ростов-на-Дону, 2009. 150 с.

13. Управление земельными ресурсами // Монография / Д. В. Дудник. Краснодар, 2008. 150 с

Вершинина О.М.
студент 2 курса
факультет «Информационные системы и технологии»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»
Россия, г. Самара

СОЦИАЛЬНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ КАК МЕТОД ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация

Статья посвящена социальной инженерии, развитию этой науки в современном мире. Описаны основные методы, применяемые злоумышленниками для несанкционированного доступа к информации или системам хранения информации без использования технических средств.

Ключевые слова

Социальная инженерия, информационная безопасность, киберпреступность, фишинг.

Социальной инженерией называют науку об искусстве взлома человеческого сознания. В нынешнее время данная наука становится все более известной в связи с ростом популярности социальных сетей, мессенджеров и других видов онлайн-связи в нашей жизни. В области информационной безопасности данный термин широко распространен и используется для обозначения некоторого рода действий, связанных с киберпреступностью. Злоумышленники ловко используют методы социальной инженерии, чтобы выманить у потенциальных жертв какую-

либо информацию или побудить к действиям, которые приведут к проникновению в систему в обход системы безопасности.

Несмотря на то, что сейчас огромное множество продуктов для обеспечения информационной безопасности, злоумышленники нашли слабое место для получения конфиденциальной информации. Они применяют психологические методы, манипулируют сознанием человека. При этом важно знать, какие слова, методы, приемы наиболее подходят в данной ситуации. Зачастую мошенники не пренебрегают довольно наглыми способами получения выгоды, такими как, например, шантаж или игра на чувствах человека.

Следует принять во внимание тот факт, что для получения необходимой информации социальный инженер может применять разнообразные мошеннические схемы, порой даже не связанные с технологиями или компьютерами, следует очень осторожно относиться к действиям, вызывающим хоть малейшее подозрение, даже если на первый взгляд они кажутся обычными.

На данный момент существует множество техник социальной инженерии, самыми распространенными являются «Фишинг», «Квид про кво» (*Quid pro quo*) и «Троянский конь».

«Фишинг» - пожалуй, самый популярный метод социнженерии сегодня. Суть состоит в том, что злоумышленник отправляет сообщение пользователю на эл. почту, написанное якобы от официального лица/организации/банка/работодателя, которое требует совершения определенных действий или проверки тех или иных данных. Это письмо обычно содержит ссылку, ведущую на фишинговую веб-страницу, имитирующую настоящую и содержащую форму, в которой пользователю необходимо ввести конфиденциальную информацию.

«Квид про кво» - этот метод подразумевает совершение звонка потенциальной жертве, в ходе которого злоумышленник представляется, например, сотрудником технической поддержки и интересуется техническими проблемами, просит ввести необходимые команды для диагностики и «исправления неполадок», исследуя при этом состояние системы.

«Троянский конь» - метод, работоспособность которого определяется желанием пользователя получить бесплатно какой-либо интересующий его контент, информацию и т. п. Он заключается в том, что пользователю отправляется письмо на эл. почту, содержащее интересующую пользователя продукцию, например, бесплатное продление лицензии антивирусной программы, бесплатная игра, компромат на кого-либо из знакомых и т. д. Открывая подобного рода файлы, пользователь, сам того не зная, устанавливает на свой ПК вредоносное ПО, позволяющее злоумышленнику получить доступ к конфиденциальной информации.

С ростом популярности социальных сетей возросла и активность злоумышленников. По статистике в России годовой оборот от деятельности

социальных инженеров составляет около \$1 млн в год. Чаще всего социальная инженерия используется для хищения денежных средств, нежели для получения личной информации. Большинство пользователей Интернет являются неподготовленными к часто меняющимся уловкам злоумышленников.

К сожалению, не существует гарантированных методов борьбы с подобными видами преступлений. С течением времени внедряется все больше и больше техник социальной инженерии и уследить за каждым невозможно. Ознакомление с новостями и тенденциями в мире онлайн-угроз и социальной инженерии – довольно эффективный способ избежать атак такого типа. Технологии, которыми пользуются преступники, развиваются все стремительнее, и пользователям не следует отставать, поэтому немного параноидальности в наше время не будет лишним.

Использованные источники:

1. Митник К. Д., Саймон В. Л. Искусство обмана.// М: Компания АйТи, 2004. – 360 с.
2. Кузнецов М., Симдянов И. Социальная инженерия и социальные хакеры// СПб: БХВ-Петербург, 2007. – 358 с.
3. Бирюков А. А. Информационная безопасность: защита и нападение.// М.: ДМК Пресс, 2012. - 474 с.

*Водопьянова П.А.
студент 2 курса*

*институт экономики и управления
Казарян М.Т.*

*научный руководитель, старший преподаватель
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АУТСОРСИНГА В РОССИИ

К настоящему времени произошла интернационализация бизнеса, выраженная в размещении отдельных звеньев цепочки образования стоимости продукции за пределами страны регистрации материнской компании [1]. Происходят процессы глобального аутсорсинга. При детальном рассмотрении социальных проблем, ставших следствием развития международного аутсорсинга [2], необходимо учитывать расхождения интересов различных стран. Для развитых стран, корпорации которых стремятся снизить издержки за счет перевода производственных мощностей в страны с более низким уровнем оплаты труда, глобальный аутсорсинг может привести к непредсказуемым последствиям. Эти страны сталкиваются с зависимостью своего потребительского рынка от поставок из «стран - аутсорсеров», возрастают различные риски, в первую очередь связанные с неисполнением обязательств по контрактам. Однако, например, для государств Азии, напротив, прямым следствием вхождения в систему

глобального аутсорсинга является создание рабочих мест, появление новых производств и, как следствие, рост национальных экономик.

В этой ситуации, Россия может рассчитывать на преимущества страны - аутсорсера. Импорт рабочих мест может дать импульс для социально - экономического развития страны. Участие российских компаний в глобальном аутсорсинге, выполнение заказов для западных корпораций может способствовать привлечению инноваций и стимулировать приток зарубежных инвестиций [3]. Однако на этом пути России предстоит столкнуться с рядом серьезных препятствий. Многие из них напрямую или косвенно связаны с идущей сегодня в мире четвертой «технологической революцией». Это резко усиливающаяся роль инноваций в экономике, которая обесценивает многие традиционные факторы роста, рост роли человеческого капитала как основного современного фактора экономического развития, падение доходов от экспорта сырья. Ограниченность финансовых ресурсов (в том числе из-за действия ограничительных экономических мер, введенные в отношении России), не позволяет инвестировать в модернизацию полного производственного комплекса. Велики риски связанные с принятием инновационных решений и внедрением наукоёмких проектов. Все эти факторы влияют на рост непроизводственных издержек, увеличивают общую себестоимость продукции и сокращают долю прибыли. Все это приводит к снижению конкурентоспособности с зарубежными производителями аналогичных товаров. Преодоление всех этих проблем возможно при условии выделения неразвитых, но потенциально доходных функций на аутсорсинг, получение от специализированных организаций необходимого спектра услуг, оказание которых собственными силами с минимальными затратами и требуемого уровня не представляется возможным [4].

Рассмотрим тенденцию развития рынка аутсорсинга в России.

По исследованиям компании РБК Рейтинг в 2010 году в российских компаниях наиболее популярными для передачи на аутсорсинг являются «не ключевые и некритичные» функции. К ним относятся: обеспечение безопасности (физическая охрана), услуги в сфере логистики и транспорта – 67 % респондентов; сфера обслуживания (в том числе, уборка, обеспечение питанием) – 66 % респондентов. Другими распространенными функциями, передаваемыми на аутсорсинг являются: юридическое обеспечение деятельности – 63 % ; набор и обучение персонала – 62 % ; поддержка ИТ - инфраструктуры и хостинг – 59 % . Также в рейтинг популярности вошли: бухгалтерский учет (полностью) – 51 % ; call - центры и бухгалтерский учет (отдельные участки) – 50 % ; бизнес - планирование и оптимизация бизнес - процессов – 46 % ; экономическая и информационная безопасность – 40 % ; документальный кадровый учет – 38 % ; расчет заработной платы – 32 % [5]. По мнению С. Тиунова, генерального директора подразделения BDO в России результаты исследования показали, что представители российского и иностранного бизнеса по разному относятся к такому инструменту как

передача внутренних функций на аутсорсинг. В иностранных компаниях в России достаточно распространена практика передачи на аутсорсинг таких функций как бухгалтерский учет или расчет заработной платы. Их руководство считает, что это является гибким инструментом оптимизации внутренних функций. В тоже время российские компании на аутсорсинг прежде всего передают вспомогательные функции, такие как физическая охрана или клининг.

По исследованиям компании E - xecutive в 2010 году 63 % российских предприятий уже использовали технологии аутсорсинга в своей деятельности, при этом 63,8 % из них располагались в Москве, 11,2 % – в Санкт - Петербурге и лишь 25 % во всех остальных городах России [3, с. 71]. Недостаточный уровень использования аутсорсинга обусловлен тем, что крупные компании предпочитают иные способы экономии и снижения издержек, а средний бизнес останавливает цена на услуги аутсорсинговых компаний. Многие крупные отечественные предприятия до сих пор сохраняют функциональное устройство сформировавшееся еще в плановой экономике. Приоритетом таких предприятий является производство конечного продукта, но при этом не проводятся работы по изучения рыночных ниш и эффективности ценообразования. Таким предприятиям сложно конкурировать с современными компаниями рыночного типа.

Что касается главных тенденций аутсорсинга на 2015 год — его рынок находится на подъеме. И не только во всём мире, но и конкретно в нашей стране. Эксперты прогнозируют значительное усиление спроса на услуги аутсорсеров. Затраты у предприятий на эти услуги будут повышаться вплоть до 2018 года, а в 2015 году рост составил порядка 4,5%. [6]

В России рынок аутсорсинга вырастет, следуя мировым тенденциям. К примеру, на конец 2014 года стало известно, что за ушедший год рынок в этой сфере увеличился примерно на 4%. В нашей стране продвижение предприятий к аутсорсу началось сравнительно недавно, но активное внимание к данной сфере услуг изъявляют всё больше компаний и предпринимателей. Заказывают не только обслуживание простых функций, но и сложное техническое обслуживание, решение комплексных вопросов.

Любопытно, что темпы развития IT аутсорсинга в России будут опережать мировые. Да, в 2015 году эта ветка услуг находилась в нашей стране на стадии становления, но её развитие идет огромными темпами. Трудности в экономической составляющей нашей страны заставляют многие предприятия оптимизировать свои расходы и обращаться к профессиональным аутсорсерам.

Таким образом, в нынешних условиях проведение организационных изменений в структурах отечественных компаний, избавление от непрофильных и неосновных функций, концентрация над жизненно важными видами деятельности становится обязательным условием достижения так необходимых конкурентных преимуществ. В настоящее время перед российскими компаниями открывается реальная возможность

стать участниками процессов глобального аутсорсинга. Важную роль в достижении цели лидирования в области аутсорсинга услуг может и должно играть государство. Страны, достигшие значительных результатов в этой области, проводили последовательную грамотную экономическую и образовательную политику. Поддержка государства также может заключаться в виде специальных налоговых режимов для компаний и разработки программ по поддержке усовершенствования инфраструктуры различных отраслей промышленности.

Использованные источники:

1. Ефремов В.С. Транснациональные бизнес - системы // Менеджмент в России и за рубежом. № 1. 2008. 70
2. Папирян Г. Международный аутсорсинг: зарубежный опыт и перспективы России // Экономическая политика. № 1. 2009.
3. Курбанов А.Х., Плотников В.А. Аутсорсинг: история, методология, практика: Монография. — М.: ИНФРА - М, 2012. — 112 с. — (Научная мысль).
4. Музыка Л.Л. Анализ возможностей применения аутсорсинга в российской промышленности. Материалы международной научной студенческой конференции «Научный потенциал студенчества – будущему России». Том второй. Общественные науки. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2007. 143 с.
5. Итоги рейтинга популярности видов аутсорсинга в иностранных компаниях в России. РБК Рейтинг. [Электронный ресурс] [http:// rating.rbc.ru / news.shtml?2010 / 07 / 16 / 32886649](http://rating.rbc.ru/news.shtml?2010/07/16/32886649) .
6. Главные тенденции аутсорсинга на 2015 год [Электронный ресурс] URL: <https://praxiscom.ru/glavnye-tendentsii-autsorsinga-na-2015-god/>

*Волков С.А.
студент 4-го курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие бюджетирование как инструмент финансового планирования, методы и способы его оценки, а также возможные пути повышения финансовой устойчивости.

Ключевые слова: бюджетирование, финансовое планирование, система и процесс бюджетирования.

Abstract. This article discusses the concept of budgeting as a financial planning tool, methods and ways of its assessment, and possible ways of enhancing financial stability.

Keywords: budgeting, financial planning, system and process of budgeting.

Современная система управления финансами требует координации принимаемых решений путем разработки и контроля исполнения системы бюджетов предприятия. Система бюджетов позволяет установить жесткий текущий контроль за поступлением и расходованием средств, создать реальные условия для выработки эффективной финансовой стратегии.

Посредством бюджетирования реализуются текущее и оперативное финансовое планирование, обеспечивается их взаимосвязь и подчиненность финансовой стратегии предприятия.

Составление бюджетов является неотъемлемым элементом общего процесса планирования, а не только его финансовой части. Процесс бюджетирования – это целостная система планирования, учета и контроля на уровне предприятия в рамках принятой финансовой стратегии. Бюджет – это количественный план в денежном выражении, подготовленный и принятый для определенного периода времени, показывающий планируемую величину дохода, которая должна быть достигнута, и (или) расходы, которые должны быть понесены в течение этого периода, а также капитал, который необходимо привлечь для достижения данной цели.

Бюджеты нужны предприятиям для достижения многих целей. Они не только помогают в планировании и координации экономической деятельности, служат основой для оценки эффективности деятельности предприятия, но и используются так же как средства управления и стимулирования. Проводя финансовый анализ составленных бюджетов предприятия, можно еще на стадии планирования оценить финансовую состоятельность отдельных видов его деятельности, а также решить проблему оптимизации денежных потоков, сбалансированности источников поступления денежных средств и их использования, определить объем и формы, условия и сроки внешнего финансирования.

В основе построения системы бюджетирования заложены определенные принципы.

Принцип согласования целей предусматривает балансирование всех факторов производства для достижения намеченных задач. Осуществляется это путем составления бюджетов снизу вверх, так как нижнее звено руководства более реально оценивает ситуацию и может обеспечить выполнение запланированных показателей бюджета.

Принцип ответственности предусматривает передачу ответственности вместе с делегируемыми полномочиями и характеризует роль человеческого фактора в управлении предприятием..

Принцип гибкости предусматривает включение в систему как статичных, так и гибких бюджетов, которые помогают выбрать оптимальный объем продаж.

Система бюджетного планирования деятельности предприятия включает процесс формирования бюджетов, разработку их структуры, а также ответственность за их формирование и исполнение.

Основная цель процесса бюджетирования – разработка определенной

финансовой структуры предприятия. В финансовой структуре выделяются центры финансовой ответственности и финансового учета. К центрам финансовой ответственности, как правило, относятся те структурные подразделения, которые реально влияют на общий результат деятельности предприятия. Предпосылками для выделения структурных подразделений в центры финансовой ответственности являются: региональная или производственная изолированность или завершенность хозяйственной деятельности структурного подразделения; объем производства; способность структурного подразделения самостоятельно работать на рынке.

Наиболее распространены центры ответственности затрат, продаж, прибыли и инвестиций.

Центры финансового учета – это те структурные подразделения, которые реально не влияют на общий результат деятельности предприятия.

Процесс формирования бюджетов включает работу по составлению целого ряда бюджетов предприятия. Для организации бюджетного планирования деятельности предприятия целесообразно создавать на предприятии сквозную систему бюджетов, включающую основные, операционные и вспомогательные группы бюджетов.

Основные бюджеты предприятия должны являться неотъемлемой частью его бизнес-планов, а, следовательно, включать в состав три основных документа финансовой отчетности. Такие бюджеты называют также финансовыми. К основным (финансовым) относятся бюджеты финансовых результатов (прибылей и убытков), движения денежных средств (план денежных поступлений и платежей) и бюджетный баланс.

Принципы построения основных (финансовых) бюджетов аналогичны порядку формирования прогнозной финансовой отчетности в составе бизнес-плана предприятия.

Такой подход правомерен, так как составление данных бюджетов является элементом финансового планирования деятельности предприятия, однако эти бюджеты находят косвенное отражение в трех основных бюджетах предприятия, поэтому, с нашей точки зрения, целесообразнее отнести их к вспомогательным бюджетам предприятия.

Особое место в системе бюджетирования занимают операционные или функциональные бюджеты. Именно с операционных бюджетов начинается процесс бюджетирования. в состав операционных входят бюджеты продаж, производства, производственных запасов и целая группа затратных бюджетов.

К затратным относятся бюджеты прямых затрат на материалы, на оплату труда, производственных накладных расходов, коммерческих и управленческих расходов.

Подход к составлению этих бюджетов базируется на разделении затрат на переменные и постоянные и на понятии области релевантности, в которой сохраняется особая форма запланированных взаимоотношений выручки и затрат.

Вспомогательные бюджеты необходимы предприятию для того, чтобы полностью охватить всю базу финансовых расчетов. Состав этих бюджетов формируется предприятием самостоятельно. Перечислим наиболее значимые бюджеты: амортизации, распределения прибыли, налоговый, кредитный и т.д.

Разработка системы бюджетов начинается с составления бюджета продаж. Объем продаж в стоимостном выражении рассчитывается методом прямого счета на основе цен, установленных на продукцию и услуги, и натуральных показателей по предполагаемым продажам. Разработанный бюджет продаж используется для достижения определенных целей.

Использованные источники:

1. Дмитриев С.П. Особенности кредитования сельхозпроизводителей в современных условиях / С.П. Дмитриев, А.В. Жирнов // Международный научный журнал. - 2015. - № 6. – С. 34-38.
2. Дорман В.Н., Близнюк Т.С. Совершенствование управления затратами предприятия посредством углубления процессов бюджетирования // Финансовый менеджмент. – 2013. - № 5.
3. Жирнов, А.В. Риск-предикторный анализ финансовой составляющей предпринимательской деятельности /А.В. Жирнов //Экономика и предпринимательство. – 2016. - № 1-1 (66-1). – С. 926-931.
4. Жирнов А.В. Анализ факторов, сдерживающих развитие сельских территорий / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Экономика и социум. – 2014. - № 3-1 (12). С. 640-643
5. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
6. Кушнарев, Л.И., Дидманидзе, О.Н. Состояние и проблемы трудового потенциала сельского хозяйства России Текст. Монография. -М.: ООО «УМЦ «ТРИАДА», 2010. 70 с.
7. Лапшина Г.В. Специфика формирования социального пакета в сельскохозяйственных предприятиях / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. - № 4-6(13). – 2014. – С. 847-849
8. Лапшин Ю.А. Социальная ответственность менеджмента и программы охраны труда / Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина, А.В. Жирнов // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения» Ульяновск, 2015. – С.150-152
9. Попов В.М., Ляпунов С.И., Воронова Т.А. Бизнес фирмы и бюджетирование потока денежных средств. – М.: Финансы и статистика, 2013г.
- 10.Пушкарев Е. О «мягком» и «жестком» бюджетировании: [http://www.cfin.ru/management/finance/budget/hard_sof..]. 25.04.2009

11.Цветков М. Бюджетирование как реальный инструмент управления бизнесом// Генеральный директор. - 2012. - №8.

Газизов Р.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

Аннотация: В статье рассматриваются особенности делового письма и определение официально-делового стиля языка. Дается описание речевого этикета для обеспечения адекватности восприятия содержания адресатом.

Ключевые слова: деловое письмо, язык, содержание, деловой стиль, правовая сущность деловой переписки.

В условиях модернизации современного общества уметь выразить свою мысль ярко, образно, доступно, правильно, уметь расположить к себе собеседника, аудиторию, убедительно выступить на деловом совещании, уметь грамотно составить текст документа, вести деловую переписку должен не только менеджер, руководитель предприятия. Эти требования распространяются на всех людей, вступающих в социально-правовые отношения и руководящих действиями других людей [1, с.79].

Деловое письмо как разновидность делового текста обладает рядом специфических характеристик, обусловленных особым местом, которое оно занимает в сфере деловой коммуникации. К ним относятся: высокая правовая значимость деловых писем, присущие им объективный характер изложения, единство темы, смысловая целостность и завершенность. Реализация данных характеристик происходит при помощи языковых и неязыковых средств.

Деловое письмо – обобщенное название деловых текстов, имеющих правовую значимость, выделяемых в связи с особой способом передачи, которые отражают определенную производственную ситуацию и отличаются единством темы, особым графическим и композиционным построением, временной и пространственной точностью, документальностью и конкретностью, использованием средств этикета для обеспечения адекватности восприятия содержания адресатом [2, с.178].

Анализ также показал, что деловое письмо представляет собой пограничное явление между текстами частой переписки и документациями. С частой перепиской его роднят более гибкие, по сравнению с прочими жанрами деловой письменности, возможности для реализации коммуникативного намерения. С документами его объединяет то, что деловое письмо составляется по определенному образцу, а также имеет характерную композиционно-графическую организацию. Характерной чертой, отличающей его от собственного документа, является отсутствие

определенной модальности. В письме может говориться о самых разных вещах. Вместе с тем правовая сущность официально-деловой переписки, где корреспонденты выступают как субъекты правоотношений, предопределяет характер содержания писем, их стиль и язык, то есть способы языкового выражения напрямую соотносятся с внеязыковой действительностью.

Отметим, что написание делового письма – это своего рода искусство. Деловое письмо должно быть безукоризненным во всех отношениях: даже незначительное отступление от правил может сделать его неправомочным с юридической точки зрения. Правильно оформленное юридически, написанное хорошим языком на фирменном бланке, однозначное по смыслу деловое письмо – один из залогов успеха вашего дела, вашего предприятия или фирмы [3, с.125].

Составление текста делового письма всегда акт речевого творчества, каким бы ни было письмо: регламентированным или нерегламентированным. Было бы упрощением полагать, что слова и фразы складываются сами собой, обеспечивая текстовое единство, соответствующее речевому замыслу, и для этого необходимо знать лишь механизм. Сегодня число жанровых разновидностей деловой корреспонденции резко увеличивается, равно как и поводов для составления и отправления деловых писем. Поэтому задачей нашей работы было не предложение готовых всеобъемлющих рецептов по составлению тех или иных деловых коммерческих писем, но ориентация в выборе соответствующих типу и жанру письма ключевых фраз, композиционных и речевых примеров.

Исторически сложившиеся, главные, сущностные черты деловой переписки оказались очень устойчивыми. Стандартные синтаксические обороты, лексико-фразеологические шаблоны, структурно-композиционные особенности и т.д. являются результатом внутриязыкового отбора, создания и использования тех структурно-синтаксических возможностей языка, которые наилучшим образом отвечают данной речевой функции. Это связано также и с тем, что область функционирования деловой корреспонденции как одного из многочисленных проявлений официально-делового стиля – право. Данный фактор определяет структуру и тип содержания деловой речи. Именно право отражает и фиксирует общественную жизнь в виде устойчивых формул и аргументации, что налагает свой отпечаток на структурные особенности всего официально-делового стиля в целом. Правовая сущность деловой переписки обуславливает, например, ограниченное употребление средств эмоционально-экспрессивного характера, создавая, таким образом, впечатление полной объективности адресата по отношению к обсуждаемой ситуации [4,с.157].

Конечно, политические события, социальные изменения, происходившие в последнее время в России, не могли не затронуть

официально-деловую коммуникативную сферу, так как она включает в себя наиболее подвижную часть словарного состава: общественно-политическую лексику и специальную терминологию. Потребность в номинации новых административных, экономических понятий обусловила использование деловой речью новых лексических групп, в том числе иноязычного происхождения, непонятных большинству корреспондентов. Зачастую этот выбор обусловлен влиянием моды. Меняется не только лексический пласт деловой речи. Меняется состав реквизитов, правила оформления писем, появляются новые обращения.

При помощи письменного текста сегодня, как и много лет назад, решаются сложные вопросы взаимоотношения, производственные и коммерческие проблемы. Деловое письмо является серьезным орудием экономической политики, обладая мощнейшим рычагом-каналом официально, юридически и процедурно значимого общения.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Служебная переписка как составная часть деловой коммуникации // Информационная среда и ее особенности на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы Международной научно-практической конференции. – В 2-х частях. – Ч 1. – Саратов, Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2012. – С.79 – 81.
2. Дускаева, Л. Р. Стилистика официально-деловой речи [Текст]: учеб. пособие / Л. Р. Дускаева. – М.: Академия, 2011. – 264 с.
3. Игебаева Ф.А. Деловая документация в управленческой деятельности //Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. Материалы международной научно-практической конференции. – 12 декабря 2014. в 2-х частях, Ч.1. Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2014. – С.124 – 125.
4. Кривоко́ра, Е. И. Деловые коммуникации [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов. / Е. И. Кривоко́ра. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 189 с.

Галяева Л.Е., к.э.н.

доцент

кафедра экономического анализа, статистики и финансов

Конинская О.А.

студент, магистрант

специальность «Банки и банковская деятельность»

Кубанский государственный университет

Россия, г. Краснодар

РАЗВИТИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация

В статье рассматриваются особенности ипотечного кредитования в России в условиях внешних ограничений. Обоснована необходимость развития банковского ипотечного жилищного кредитования. Рассмотрены

исторические аспекты развития ипотеки. Определены перспективные направления жилищного ипотечного кредитования в современных российских условиях.

Ключевые слова: *Ипотека, жилищное ипотечное кредитование, банковская ипотека,*

EVOLUTION OF MORTGAGE LENDING: HISTORY AND PROSPECTS

Galyaeva L.E.1, Koninskaya O.A.2

**1Associate professor, PhD in Economics, 2Graduate student
Kuban state University**

Abstract

The article considers peculiarities mortgage lending in Russia under the conditions of external constraints. The necessity of development of mortgage lending by commercial banks. It was considered historical aspects of the development of the mortgage. Also identified promising areas of mortgage lending in modern Russian conditions.

Keywords: *mortgage, mortgage housing) lending, banking mortgage.*

Ипотечное кредитование, являющееся в последние десятилетия одним из самых востребованных банковских продуктов за рубежом, в последние годы получает все более широкое распространение и в России.

Обеспеченность жильем населения в рыночной экономике – это один из показательных индикаторов роста национального хозяйства, отражающий динамику развития различных секторов экономики и влияющий на степень уверенности представителей всех социальных страт общества, как в своем будущем, так и в будущем страны в целом. Однако в России наблюдается острая проблема нехватки денежных средств населения для улучшения жилищных условий за счет собственных средств. Особенно указанная проблема углубилась в кризисных условиях 2015 г., вызванных влиянием внешних ограничений [1], проявившихся в результате введения экономических санкций. Произошло снижение покупательной способности граждан России, ухудшились потребительские ожидания, что напрямую повлияло на сокращение спроса на объекты недвижимости.

В сложившейся ситуации именно ипотека может выступить взаимовыгодной программой улучшения жилищного обеспечения и инвестирования средств в надежные активы, способствующие их сбережению, как для населения, так и для банков. При этом необходимо отметить, что интерес к ипотечному кредитованию, несмотря на сложные экономические условия, сокращение банковских институтов [2], существенно вырос за 2015 г. Так, в соответствии с всероссийским социологическим опросом, проведенным Национальным агентством финансовых исследований в декабре 2015 г., было выяснено, что среди граждан планирующих улучшить жилищные условия, возросло количество тех, кто будет привлекать ипотечный кредит [3]. Отвечая на вопрос «За счет

каких средств Вы планируете улучшить Ваши жилищные условия?», 46 % респондентов указали ипотечные жилищные кредиты, тогда как в начале года так ответили всего лишь 18% опрошенных (таблица 1).

Таблица 1.

Структура ответов на вопрос об источниках средств для улучшения жилищных условий, %

Источники средств	2012	2013	2014	Февраль 2015	Декабрь 2015
Собственные денежные средства	43	36	32	48	49
Кредит в форме ипотеки	24	36	22	18	42
Кредит потребительский	20	9	10	6	6
Кредит в форме социальной ипотеке (по государственным программам поддержки ипотеки)	10	9	8	6	4
Одолжить у родственников или знакомых	12	8	9	4	7
Взять ссуду у работодателя	4	2	2	1	2
Другое	7	10	9	9	11
Затрудняюсь ответить	4	6	12	10	2

Таким образом, можно сделать вывод о том, что у банков, имеющих соответствующие ресурсные источники, есть весьма перспективная реальная возможность активизации ипотечного кредитования в современных условиях. Прежде чем рассмотреть перспективы развития ипотечного жилищного кредитования в отечественной экономике, необходимо провести этимологическое и историческое исследование феномена ипотеки для адекватного понимания сущности этого процесса и повышения объективности сделанных результирующих выводов.

Термин «ипотека» произошел от греческого слова «hypotethesa» (подставка, подпорка), появился в VI веке до н.э. и обозначал обеспечение ответственности должника кредитору его земельным наделом. В практику делового оборота он был введен архонтом Солоном, который предложил в целях обеспечения перевода личной ответственности в имущественную устанавливать на пограничной меже столб с надписью о том, что эта земля служит обеспечением претензий на определенную сумму [4].

Этот столб (ипотека), стоящий на границе земельной территории, подтверждал, что отмеченные земли являются залогом для возвращения взятой в долг денежной суммы, и собственность выступает обеспечением задолженности кредитору в указанной сумме. Здесь же отмечались все поступающие долги собственника земли. Можно констатировать, что в своей изначальной трактовке термин «ипотека» был близок к современному пониманию залога недвижимости.

В дореволюционной России ипотека получила весьма широкое

распространение. Впервые о залоге упоминается в древнерусском памятнике «Псковская судная грамота». Законодательно безусловный переход заложенного имущества в собственность кредитора был предусмотрен Соборным уложением 1649 г. Выдача ссуд под незаселенные поместные земли была предписана царем Алексеем Михайловичем в 1656 г. Вместе до конца XVIII в продолжал сохраняться порядок, согласно которому имущество должника в случае просрочки долга обращалось в собственность кредитора. Необходимо отметить, что в этом случае существенно ущемлялись интересы должника, так как стоимость имущества, которое переходило в собственность кредитора, могла значительно превышать сумму накопленного долга.

В дальнейшем залоговое законодательство было несколько изменено, что было связано с развитием промышленности и финансово-кредитных отношений. Дворянский и Купеческий банки, созданные в России в 1754 г. по сути были первыми банками, которые выдавали выдаче собственно ипотечные ссуды. Так как суды принимали к производству только те иски, которые были основаны на фактах, учтенных в ипотечной книге, обеспечивалась высокая результативность всей ипотечной системы.

Становление ипотечного кредита в дореволюционной России напрямую было связано с реформой 1861 г. Дворяне, сохранившие права на недвижимость, столкнулись с проблемой нехватки достаточного количества наличных денежных средств. Затем и другие категории населения стали брать кредит под залог недвижимости. На этом этапе ипотечные кредиты в основном выдавали начавшие формироваться докапиталистические государственные банки.

Российская система ипотечного кредитования окончательно была сформирована к концу 1880-х гг., в таком виде она просуществовала до 1917 г. Система ипотечного кредитования функционировала при участии и под контролем государства, контролировалась непосредственно Особенной канцелярией по кредитной части Министерства финансов и состояла из разнообразных государственных, кооперативных учреждений и частных организаций. В 1914 г., когда началась Первая мировая война, основополагающие нормы о залоге были частью Свода законов Российской империи.

В результате революционных преобразований на основании Гражданского кодекса 1922 г. было упразднено деление имущества на движимое и недвижимое. Можно сказать, что в результате ипотека прекратила свое существование на 78 лет.

В соответствии с принятым 2 декабря 1990 г. Федеральным законом «О банках и банковской деятельности», было определено, что кредиты, предоставляемые банками, могут обеспечиваться залогом недвижимого и движимого имущества. Однако банковские жилищные кредиты не были напрямую обеспечены залогом недвижимого имущества до принятия в 1992 г. Закона «О залоге». При этом возникали проблемы, касающиеся

объема кредитования, который определялся государством, кроме того, выселение неплатежеспособного заемщика из заложенного жилья в случае непогашения ссуды было практически невозможным.

В 1993 г. была сформулирована новая концепция политики жилищного финансирования в Государственной программе «Жилище», что нашло свое отражение в ряде законодательных и нормативных актов, принятых в 1993-1994 гг.

Немного позже, в 1994-1995 гг., был принят ГК РФ, являющийся одним из основных законодательных актов, которые регулируют залоговые отношения. В 1996 г. Президентом Российской Федерации были подписаны несколько указов, которые обеспечили разработку и применение в практических аспектах новых подходов для повышения доступности приобретения жилья различными слоями населения.

Федеральный закон «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» был принят 21 июля 1997 г., а менее, чем через год – 16 июля 1998 г. – Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)». В результате такого окончательного законодательного оформления ипотечного кредитования стала возможной существенная активизация применения ипотечного жилищного кредитования в отечественной экономике. Однако финансовый кризис в августе 1998 г. внес существенные коррективы в процесс развития этого финансового инструмента. Многие из тех банков, которые активно реализовывали до кризиса ипотечные программы, были вынуждены прекратить или существенно сократить объемы ипотечного жилищного кредитования.

Однако к 2000 г. экономическая ситуация в России стабилизировалась, стал постепенно расти уровень доходов населения, что дало возможность банкам расширить операции ипотечного кредитования. По состоянию на 1.01.2016 г размер задолженности по ипотечным жилищным кредитам, предоставленным отечественными кредитными организациями составил 3 920 442 млн. руб. [5]

Оценивая перспективы банковского ипотечного кредитования в России, необходимо отметить, что расширение масштабов этого вида кредитования возможно при условии снижения ежемесячной платы заемщиком. Это может быть достигнуто при увеличении сроков предоставления ипотечных кредитов. Коммерческим банкам необходимо отходить от комиссионной политики проведения операций ипотечного кредитования, когда приобретаемые ресурсы размещаются в ипотеку и в дальнейшем в максимально короткие сроки продаются другому институту. Банки должны рассматривать ипотеку как стратегический вид бизнеса, нацеленный на выдачу ипотечных кредитов, формирования портфелей ипотечных ссуд с заданными параметрами, оптимизирующими структуру баланса. Даже в ожидаемых условиях снижения процентных ставок ценность сформированного таким образом банковского ипотечного портфеля будет

расти.

Дополнительный импульс развитию банковского ипотечного жилищного кредитования могут придать предложения операторов рефинансирования ипотечных кредитов, которыми являются АИЖК, группа компаний «Регион» и др. Основной задачей в развитии этого вида ипотечного бизнеса будет являться преодоление существенной асимметрии при распределении рисков и восполняющих их доходов между основными участниками рефинансирования ипотеки.

Весьма перспективным также видится собственно банковское рефинансирование ипотечных кредитов, при котором получивший несколько лет назад ипотеку заемщик, может оформить новый ипотечный кредит на более подходящих для него условиях в другом банке. При этом может быть удлинен срок предоставления такого кредита, уменьшены процентные ставки, подобраны более комфортные для заемщика способы и размеры регулярных платежей.

По результатам проведенного нами исследования могут быть сделаны следующие выводы. Несмотря на возникновение ипотечных операций в древние века, в нашей стране их развитие характеризуется специфическими особенностями, связанными с эволюцией экономических процессов в России на различных временных этапах. В современном понимании ипотечные операции проводятся российскими коммерческими банками сравнительно недавно – около 25 лет, причем активная фаза предоставления ипотечных жилищных кредитов длится немногим более 15 лет. Российскими банками и их партнерами по ипотечным операциям накоплен достаточный опыт для дальнейшего развития, расширения масштабов и оптимизации ипотечных сделок на этапе посткризисного восстановления отечественной экономики.

Использованные источники:

1. Галяева Л.Е. Понятие внешних ограничений в региональных исследованиях. [Текст] / Л.Е. Галяева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2015. – № 1 (155). С. 70-74.
2. Яковенко С.Н. Особенности реинжиниринга бизнес-процессов в коммерческом банке [Текст] / С.Н. Яковенко // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3 (56). – Vol. 9. С.425-428.
3. Спрос на ипотеку есть. Национальное агентство финансовых исследований [Электронный ресурс]: – Электрон. дан. – [Москва], – URL: <http://nacfin.ru/spros-na-ipoteku-est/> – (01.03.2016).
4. Черняк В.З. Зарубежные модели ипотечного кредитования и их использование в современной России [Электронный ресурс]: – Электрон. дан. – [Москва], – URL: http://www.tinlib.ru/delovaja_literatura/ipoteka_v_licah_pervye_lica_ipotechnogo_biznesa_o_razvitii_ipoteki_v_rossii_1996_2008/p2.php – (02.03.2016).
5. Сведения о задолженности по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам-резидентам. ЦБ РФ [Электронный

ресурс]: – Электрон. дан. – [Москва], – URL:
<http://cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?Month=01&Year=2016&TblID=4-5> –
(04.03.2016).

*Ганина А.А.
ФГБОУВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Саранск*

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Аннотация: В статье рассматривается девиантное поведение населения, его основная категория – алкоголизм. Изучена динамика продажи алкогольных напитков на душу населения и смертности, связанной с употреблением алкоголя.

Ключевые слова: девиантное поведение, алкоголизм, пьянство, токсикомания, алкогольная продукция.

Abstract: The article deals with deviant behavior of the population, its basic category - alcoholism. The dynamics of sales of alcoholic beverages per capita and mortality associated with alcohol.

Keywords: deviant behavior, alcoholism, alcoholism, substance abuse, alcohol products.

Девиантное поведение (также социальная девиация) — это поведение, отклоняющееся от общепринятых, наиболее распространённых и устоявшихся норм в определённых сообществах в определённый период их развития.

Алкоголизм – это болезнь в результате злоупотребления алкоголем в таких дозах и с такой частотой, которые приводят к потере эффективности в работе и нарушению семейных взаимоотношений и общественной жизни и к расстройствам физического и психического здоровья. Алкоголизм в социальном смысле – это неумеренное потребление спиртных напитков, оказывающее вредное влияние на здоровье, быт, труд и благосостояние общества. Алкоголизм представляет собой одну из форм токсикомании, характеризуются пристрастием к употреблению веществ, содержащих этиловый спирт, развитием психической и физической зависимости, психической, физической и социальной деградацией личности.

Основное пагубное влияние алкоголь оказывает на состояние здоровья населения. Как одна из угроз национальной безопасности эта проблема указывалась в «Концепции национальной безопасности Российской Федерации» 1997 г., а «Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» предусматривает разработку мер, направленных на снижение количества потребляемого алкоголя,

регулирование производства, продажи и потребления алкогольной продукции, осуществление в образовательных учреждениях профилактических программ, направленных на недопущение потребления алкоголя и табачных изделий детьми и подростками. Как показывает официальная статистика, уровень продаж алкоголя вырос за 20 лет (с 1990 по 2012 г.) на 70% — с 5,38 до 9,13 л абсолютного алкоголя в год на человека (рисунок 1).

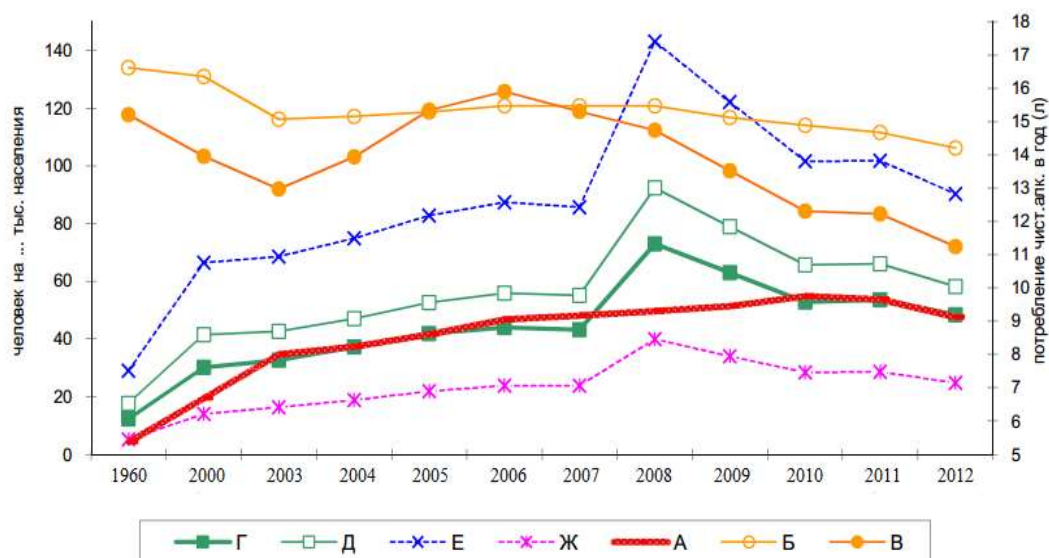


Рис. 1. Динамика продажи алкогольных напитков на душу населения (в л чистого алкоголя) и смертности, связанной с употреблением алкоголя.

где А — продажи алкогольных напитков на душу населения (в л абсолютного алкоголя в год, правая шкала)

Б — состоят на учете по причине алкоголизма или алкогольного психоза, на 1 тыс. населения

В — взято на учет по причине алкоголизма или алкогольного психоза на 10 тыс. населения

Смертность на 100 тыс. населения:

Г — от всех причин, связанных с употреблением алкоголя;

Д — в трудоспособном возрасте;

Е — в трудоспособном возрасте для мужчин

Ж — в трудоспособном возрасте для женщин .

За это же время смертность от всех причин, связанных с употреблением алкоголя, выросла почти в 4 раза: с 12,3 до 48,4 человек на 100 тыс. населения, достигнув максимального значения (73) в 2008 г. Еще выше уровень смертности для населения в трудоспособном возрасте, особенно для мужчин. После резкого скачка уровня смертности от алкоголя в 2008 г., ее показатели постепенно снижались, но даже в 2012 г. они оставались выше, чем в 2007 г.

Однако по оценкам А. Немцова, данные об уровне смертности от причин, связанных с употреблением алкоголя, сильно занижены, так как

учитывают только прямое воздействие алкоголя (т. е. алкогольное отравление). Немцов полагает, что в России около трети всех смертей так или иначе связаны с употреблением алкоголя.

Потребление наркотических средств (в частности, алкоголя, сигарет), протекающее на фоне измененного состояния сознания, называют аддиктивным поведением. С экономической точки зрения употребление этих товаров наносит вред здоровью населения, которое, в свою очередь, влияет на доход населения, на продуктивность, на затраты, связанные с потреблением продуктов и услуг системы здравоохранения. В частности, оценка финансовых потерь в США, связанных со снижением производительности ввиду проблемного потребления алкоголя, составила 36,6 млрд долл.

Экономическая теория признает цены на алкоголь, наряду с доходами, одним из важнейших факторов объема его потребления.

Как показывают данные RLMS-HSE, около трети российских женщин и пятой части мужчин старше 16 лет совсем не употребляют алкогольные напитки (таблица 2.1). При этом доля трезвенников среди женщин за последние 5 лет выросла с 29 до 34,9%, а среди мужчин — с 17 до 21,8%. В русле борьбы с последствиями потребления алкоголя в России это можно считать положительной тенденцией.

Таблица 2.1 - Доля населения старше 16 лет, не употребляющих алкоголь, вертикальный %, RLMS-HSE, 2008—2012 гг

Год	По полу		По возрасту				Всего
	Женщины	Мужчины	Младше 25	26-40	41-60	Старше 61	
2008	29	17	26,4	14,7	18,2	43,5	23,9
2009	33,3	19,2	30,5	17,5	21,3	47,3	27,3
2010	36	21,5	32,7	18,7	25	49,9	29,9
2011	34,8	21,2	33,6	19	23,1	48,4	29,1
2012	34,9	21,8	34,7	19	24,7	46,9	29,4

Что касается различий по возрасту, то доля трезвенников довольно высока (около трети группы в 2012 г.) среди людей младше 26 лет, затем она падает до почти пятой части возрастной группы 26—40 лет, поднимается до четверти в группе людей 41—60 лет и достигает почти половины пожилых людей. При этом за пять лет доля непьющих среди более молодых возрастов (до 60 лет) постоянно возрастала, а среди пожилых росла до 2010 г., а потом опять уменьшилась. В городах доля трезвенников за пять лет упала с 80 до 74%, а в сельской местности — с 69 до 64%.

В то же время не все лица, в принципе не отказывающиеся от алкоголя, потребляют его каждый месяц: так, хотя в 2012 г. 70% населения старше 16 лет не являлись абсолютными трезвенниками, но пили какие-либо алкогольные напитки в течение последних 30 дней перед проведением опроса 54,6%, в том числе 45,7% среди женщин и 66,8% среди мужчин. Доля употреблявших алкоголь была самой высокой в 2003 г. (50,4% среди

женщин и 74,1% среди мужчин), а самой низкой — в 2001 г. (42,6% среди женщин и 67,4% среди мужчин).

Для преодоления алкогольной зависимости и алкоголизации нации в целом проводятся комплексные меры. Ежегодно численность населения, страдающих алкогольной зависимостью, уменьшается. Если в 2003 году данный показатель составлял 159 больных алкоголизмом на 100000 человек в среднем по Российской Федерации, то в 2012 году показатель уменьшился практически вдвое (-46,1%). Заболеваемость алкогольными психозами также снизилась на 52,8%.

Численность населения, страдающего алкоголизмом, с 2003 года по 2012 год имеет тенденцию к убыванию. Основными причинами такой динамики являются законы и распоряжения правительства, направленные на снижение алкоголизации общества.

Массовое распространение пьянства и алкоголизма всё более выступает как фактор, серьёзно ограничивающий возможность реализации прав людей на жизнь и безопасность, получения ими соответствующего образования и необходимой для обеспеченной жизни профессии, защиты их от насилия и посягательств со стороны лиц, злоупотребляющих алкоголем.

Таким образом, заболеваемость алкоголизмом в России остается на порядок выше, чем заболеваемость наркоманией, и на два порядка выше, чем заболеваемость токсикоманией. Однако если уровень регистрируемой заболеваемости алкоголизмом по всем показателям понемногу снижается, то уровень заболеваемости наркоманией, скорее, стабилизируется, а по некоторым показателям - возрастает.

*Ганина А.А.
ФГОБУВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Саранск*

ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПАТОЛОГИИ, ЕЕ ОСОБЕННОСТИ И ЭЛЕМЕНТЫ

Аннотация: в статье рассматривается понятие социальной патологии, ее возникновение, понятие. Рассмотрены закономерности девиантного поведения, факторы социальной патологии населения, сделаны выводы о категории девиантного поведения в жизни человека.

Ключевые слова: социальная патология, девиантное поведение, пьянство, алкоголизм, наркомания, отклоняющиеся поведение

Abstract: The article discusses the concept of social pathology, its origin, the concept. The characteristics of deviant behavior, factors of social pathology of the population, the conclusions about the category of deviant behavior in human life.

Keywords: social pathology, deviant behavior, drunkenness, alcoholism, drug addiction, deviant behavior.

Термин «социальная патология» (или в русифицированном варианте - «социальная болезнь») довольно широко распространен как в социальных

науках, так и - преимущественно - в журналистике. Обычно под «социальной патологией» понимаются такие социальные явления, как преступность, пьянство, наркомания, проституция, коррупция и т.п. Однако использование термина «социальная патология» в научной литературе представляется весьма спорным и на современном этапе развития таких социальных наук, как социология, криминология, девиантология (наука о социальных девиациях), - нецелесообразным. Постараемся обосновать это.

Слово «патология» происходит от греческих «патоа» - страдание и «логос» - слово, наука, и в буквальном смысле означает науку о болезненных процессах в организме живых существ (человека и животных).

Патология - всегда нарушение нормального, здорового строения, функционирования или развития организма, его отдельных органов. Но, во-первых, понятие «норма» не очень четко определено даже для биологических систем [1].

Во-вторых, без «патологии» (аномалий, нарушений), не бывает ни одного живого организма (и в этом смысле болезнь, патология - «нормальны», естественны, необходимы).

В-третьих, патологические, аномальные изменения могут оказаться адаптивными для вида в целом (полезные, позитивные мутации). Вообще любое развитие невозможно без нарушений стандартов, норм, без «аномального».

Можно определить социальные девиации, девиантность (deviance) как социальное явление, выражающееся в относительно массовых, статистически устойчивых формах (видах) человеческой деятельности, не соответствующих официально установленным или же фактически сложившимся в данном обществе (культуре, субкультуре, группе) нормам и ожиданиям. Разумеется, предлагаемое определение - лишь одно из многих возможных. Оно страдает всеми грехами определений, но способно отразить суть нашего предмета и может служить основой для дальнейших рассуждений.

Поскольку существование и развитие социальных систем неразрывно связано с человеческой деятельностью, осуществляется через нее, постольку социальные девиации реализуются, в конечном счете, через человеческую деятельность - девиантное поведение. При этом социология понимает под «девиантным поведением», вопреки «поведенческому» термину, объективные социальные феномены (преступность, наркоманию, делинквентность, проституцию и т.п.), а поведенческий их аспект остается предметом психологии.

Исходным для понимания отклонений является понятие нормы. В теории организации сложилось наиболее общее - для естественных и общественных наук - понимание нормы как предела, меры допустимого. Для физических и биологических систем это допустимые пределы структурных и функциональных изменений, при которых обеспечивается сохранность и развитие системы. Это - естественная, адаптивная норма, отражающая

закономерности существования систем. Социальная норма выражает исторически сложившийся в конкретном обществе предел, меру, интервал допустимого (дозволенного или обязательного) поведения, деятельности индивидов, социальных групп, социальных организаций. В отличие от естественных норм протекания физических и биологических процессов, социальные нормы складываются как результат отражения (адекватного или искаженного) в сознании и поступках людей закономерностей функционирования общества. Поэтому социальная норма может либо соответствовать законам общественного развития (и тогда она является «естественной»), либо отражать их неполно, неадекватно, являясь продуктом искаженного (религиозного, политизированного, мифологизированного) отражения объективных закономерностей. И тогда оказывается аномальной сама «норма», «нормальны» же (адаптивны) отклонения от нее.

В современной мировой девиантологии и криминологии особое внимание уделяется четырем факторам: класс (социальное положение), тендер (пол), возраст, раса (этническая принадлежность) [3].

Многие трудности при изучении пьянства и алкоголизма, наркомании, самоубийств и других форм девиантности (а равно при попытках воздействия на них с целью снижения уровня) возникают вследствие рассмотрения их как относительно самостоятельных явлений, вне связи друг с другом. Такой подход объясняется научной традицией и профессиональной специализацией. Между тем, имея общий генезис, различные проявления девиантности взаимосвязаны, что находит отражение в некоторых закономерностях.

Во-первых, отмечается относительно устойчивый характер выявленных взаимосвязей. Так, издавна и в различных странах наблюдается обратная корреляционная зависимость между алкоголизацией и наркотизацией населения (пример - рост наркотизации в период антиалкогольной кампании середины 80-х годов в России), между убийствами и самоубийствами, между женской преступностью и проституцией и т.п. Весенне-летний пик самоубийств, выявленный Э. Дюркгеймом на примере Франции XIX в., наблюдается и в наше время во многих странах, включая Россию.

Во-вторых, взаимосвязи различных форм девиантности носят сложный характер. Хотя нередко наблюдается их «индукция», когда одно негативное явление усиливает другое (алкоголизация провоцирует хулиганство, насильственные преступления), однако эмпирически установлены и обратные связи, когда, например, увеличение алкоголизации сопровождается снижением преступности, в обратной корреляционной зависимости нередко разводятся убийства и самоубийства и т.п. Различные проявления девиантности могут, как усиливать друг друга, так и «гасить». Так что можно говорить об их «интерференции».

В-третьих, имеются пока еще разрозненные данные о закономерных зависимостях между позитивными и негативными девиациями, что

позволяет гипотетически предполагать, во-первых, о некоем «балансе» социальной активности, а, во-вторых, о возможности сознательно канализировать социальную активность в русло социально-творческих девиаций.

В-четвертых, очевидна зависимость различных форм девиантности от среды - экономических, социальных, культурологических и т.п. факторов. Так, известно, что во время войн снижается уровень самоубийств, в периоды экономических кризисов растет корыстная преступность и самоубийства, но может сокращаться насильственная преступность, а во время экономического подъема – наоборот [2].

Таким образом, девиантное поведение значимая категория в жизни человека. Для того чтобы изменить сложившееся положение нужно улучшить жизнь, помочь людям преодолеть их проблемы для этого и создаются теперь социальные службы и другие организации. Но если их деятельность не будет поддерживаться государством рост преступности, наркомании, алкоголизма и т. д. будет только расти.

Использованные источники:

1. Клейберг Ю.А. Психология девиантного поведения: учебное пособие для вузов. - М.: ТЦ сфера, при участии «Юрайт-м» 2012.-160с.
2. Ковальчук М.А. Девиантное поведение: профилактика, коррекция, реабилитация: учебник/ М.А. Ковальчук, И.Ю. Тарханова. – М: Альфа, 2013. – 225 с.
3. Салин В. Н. Социально-экономическая статистика: учебник / В. Н.Салин, Е. П. Шпаковская. – М.: Юристъ, 2011. – 461с.

*Гасоян Г.В.
студент 4 курса, группа СИИД
ИП, СГЭУ
Россия, г. Самара*

ПРАВОВОЙ СТАТУС АРБИТРАЖНОГО УПРАВЛЯЮЩЕГО.

На практике зачастую нестабильная финансовая ситуация или кризис в стране приводит к тому, что у должника не хватает имущества для удовлетворения всех требований кредиторов. Такая ситуация является основанием возникновения правоотношения банкротства.

Правовой статус арбитражного управляющего занимает особое положение в деле о несостоятельности (банкротства). В рамках своих полномочий, установленных Законом о банкротстве, арбитражный управляющий проводит работу по подготовке и проведению различных организованных, имущественных, финансовых и правовых мероприятий в рамках процедур, применяемых в деле о банкротстве.

Арбитражный управляющий – это особый субъект, от профессиональной деятельности которого зависит в большей степени судьба банкрота.[1;с.3]

Правовой статус арбитражного управляющего выражается в

совокупности прав и обязанностей и требований предъявляемых к нему.

Требования, предъявляемые к арбитражным управляющим, установлены в статье 20.2 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)». Согласно этим требованиям арбитражным управляющим может быть гражданин Российской Федерации, являющийся членом одной из саморегулируемых организаций арбитражных управляющих.

Арбитражный управляющий в ходе всего процесса о банкротстве должен занимать нейтральную позицию в отношении должника и кредиторов, иными словами, он не должен иметь заинтересованности в разрешении дела в пользу той или иной стороны. Кроме того, Закон устанавливает условия, при которых арбитражным судом не могут быть назначены арбитражные управляющие:

1) которые полностью не возместили убытки, причиненные должнику, кредиторам или иным лицам в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения возложенных на арбитражного управляющего обязанностей в ранее проведенных процедурах, применяемых в деле о банкротстве;

2) в отношении которых введены процедуры, применяемые в деле о банкротстве;

3) которые дисквалифицированы или лишены права занимать руководящие должности и (или) осуществлять профессиональную деятельность;

4) которые не имеют договоров страхования ответственности на случай причинения убытков лицам, участвующим в деле о банкротстве;

5) которые не имеют допуска к государственной тайне установленной формы, если наличие такого допуска является обязательным условием утверждения арбитражным судом арбитражного управляющего;

6) в отношении которых имеется вступивший в законную силу судебный акт об отстранении от исполнения обязанностей арбитражного управляющего в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением обязанностей, которые повлекли за собой убытки должника или его кредиторов в процедурах, применяемых в деле о банкротстве.

Следует заметить, что кредитор или уполномоченный орган (собрание кредиторов) вправе дополнительно предусмотреть следующие требования к кандидатуре арбитражного управляющего, а именно, наличие у кандидата высшего юридического, экономического образования или образования по специальности, соответствующей сфере деятельности должника, либо наличие у кандидата определенного стажа работы на должностях руководителей организаций в соответствующей отрасли экономики, а также установление количества процедур банкротства, проведенных кандидатом в качестве арбитражного управляющего.

Основными принципами деятельности арбитражного управляющего являются независимость, объективность и беспристрастность.

Арбитражный управляющий - субъект конкурсного права, имеющий особый статус, определяемый необходимостью осуществлять мероприятия

конкурса. Этим определяется комплекс прав и обязанностей арбитражного управляющего.

Следует отметить, что статья 20.3 ФЗ « О несостоятельности (банкротстве)» называет только наиболее общие права и обязанности управляющих. Согласно закону, арбитражный управляющий в конкурсных отношениях имеет права созывать собрание кредиторов, созывать комитет кредиторов, обращаться в арбитражный суд с заявлениями и ходатайствами в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, получать вознаграждение в размерах и в порядке, которые установлены Федеральным законом, в любое время досрочно прекратить свои обязанности путем подачи в суд соответствующего заявления.

Право привлекать для обеспечения возложенных на него обязанностей в деле о банкротстве на договорной основе иных лиц с оплатой их деятельности за счет средств должника и запрашивать необходимые сведения обязывает управляющего реализовать данное право добросовестно и разумно, действуя в интересах кредиторов, должника и общества.

Кроме указанных выше прав, арбитражный управляющий имеет целый ряд серьезных обязанностей:

- 1) принимать меры по защите имущества должника;
- 2) анализировать финансовое состояние должника;
- 3) анализировать финансовую, хозяйственную и инвестиционную деятельность должника, его положение на товарных рынках;
- 4) рассматривать заявленные требования кредиторов;
- 5) вести реестр требований кредиторов;
- 6) осуществлять иные функции, установленные Законом о банкротстве

При осуществлении своих прав и обязанностей арбитражный управляющий обязан действовать добросовестно и разумно с учетом интересов должника и его кредиторов.

Вышеназванные права и обязанности являются общими для любого арбитражного управляющего независимо от того, в какой процедуре банкротства он действует. В отдельных процедурах банкротства арбитражный управляющий приобретает дополнительные права и обязанности.

Подводя итог, следует отметить, что арбитражный управляющий по правовому положению значительно отличается от исполнительного органа юридического лица, поэтому нет оснований утверждать, что арбитражный управляющий становится "новым директором" должника на период банкротства. Во-первых, установленные Законом о банкротстве полномочия арбитражного управляющего значительно шире полномочий исполнительного органа юридического лица. Во-вторых, цель деятельности арбитражного управляющего иная, чем цель деятельности должника, от имени которого выступает исполнительный орган. В-третьих, исполнительный орган не обладает той самостоятельностью, которая свойственна арбитражному управляющему как предпринимателю.

Арбитражный управляющий в отличие от исполнительного органа действует не только в интересах должника, но и в интересах кредиторов. Законодатель создал субъект, не имеющий аналогов по правовому статусу в современном законодательстве.

Использованные источники:

1. Ланг П.П. Арбитражный управляющий и правовые механизмы разрешения конфликтов в деле о банкротстве// Современные технологии и управление сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции. Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г.Разумовского (Филиал в р.п. Светлый Яр Волгоградской области). 2013.с.3-10

Гимранова Л.В.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕФОННОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности делового общения по телефону. Необходимо помнить, что вежливое, доброжелательное общение по телефону – это один из немаловажных путей формирования позитивного имиджа как организации в целом, так и ее отдельных сотрудников и подразделений.

Ключевые слова: этикет, телефонный разговор, деловой человек, правила общения.

Невозможно представить себе жизнь современного человека без телефона. Общение по телефону стало одной из необходимых потребностей, важной составляющей его личной и деловой жизни. При эффективном использовании телефон становится важнейшим компонентом создания имиджа фирмы. Именно от приема, который будет оказан потенциальному партнеру на другом конце провода, от того, как сложится предварительный разговор, во многом зависит, не станет ли он последним. От умения сотрудников вести телефонные переговоры, в конечном счете, зависит репутация самой фирмы.

Значение телефонного общения для современных деловых людей трудно переоценить, поскольку это самый простой способ быстрого установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. По телефону ведутся важные переговоры, назначаются встречи, даже заключаются сделки. Умение деловых людей грамотно вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на реноме фирмы, организации, предприятия, которую они представляют. Соблюдая правила этикета при телефонном разговоре, вы демонстрируете не только свой деловой профессионализм, но и общую культуру, образованность [1, с. 48].

Деловой телефонный разговор – это форма устного дистанционного делового диалога, осуществляемого при помощи технических средств. Одной из особенностей телефонных разговоров (за исключением разговора с получением видеоизображения) является неиспользование таких важных средств невербального общения, как жесты, поза, мимика, выражение лица, пространственное положение собеседников. С умением говорить по телефону во многом связан и личный имидж каждого, кто работает в фирме. Ведь при телефонном разговоре ваш собеседник не может оценить ни вашей одежды, ни выражения вашего лица при тех или иных словах, ни других невербальных средств, которые помогают судить о характере общения. Поэтому для передачи нюансов разговора необходима активизация словесного выражения, особое внимание необходимо уделять голосовым и речевым характеристикам: тональности, тембру, интонации голоса, употреблению грамотных речевых формул [2, с. 45-46].

Деловое общение по телефону значительно сокращает затраты времени на решение текущих вопросов, позволяет экономить не только время, но и деньги на деловые поездки в другой город или страну. Современные возможности телефонной связи, использующие новейшие технологии (сотовые телефоны и др.), только увеличивают значимость телефона в деловой жизни.

Успех в любой области жизни – деловой, общественной или частной – напрямую зависит от нашего умения вести переговоры. Подсчитано, что деловые люди тратят на телефонные переговоры от четырех до двадцати пяти процентов своего рабочего времени. Благодаря телефону повышается оперативность решения огромного количества вопросов, отпадает необходимость посылать письма, ехать в другую фирму. По телефону производятся переговоры, отдаются распоряжения, излагаются просьбы, даются консультации, и часто первым шагом на пути заключения договора является именно телефонный разговор. При эффективном использовании телефон становится важнейшим компонентом создания имиджа фирмы. От умения сотрудников фирмы вести телефонные переговоры зависит ее репутация, а также размах ее деловых операций. Однако у большинства наших предпринимателей крайне низка культура устной деловой речи, что существенно снижает их деловую активность и не позволяет максимально реализовать свои возможности. При частом использовании телефонной связи возможно увеличение ошибок, которые могут стоить для бизнеса довольно дорого. Кроме того, телефон, будучи одним из эффективных средств экономии времени бизнесмена, является одним из самых распространенных «поглотителей» рабочего времени. Отсюда следует вывод, что знание телефонного этикета и рациональных правил телефонного общения необходимо каждому цивилизованному деловому человеку [3, с.51]. В связи с чем, особенно возрастают требования к продумыванию темы разговора и его плана, владению определенным набором речевых формул, которые позволяют расположить к себе

собеседника, вызвать доверие к организации, а также тактично регулировать длительность разговора.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Этикет делового телефонного разговора // Развитие предприятий, отраслей, регионов России. Сборник статей IV Всероссийской научно-методической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2011. С. 48 – 50.
2. Орлов В.И. Телефонные переговоры: техника и психология / В.И. Орлов. – М.: Альфа-Пресс, 2014. – 72 с.
3. Игебаева Ф.А. Деловое общение: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2010. – 112 с.

*Гомбоева Ж.Д.
старший преподаватель
Хардаев Н.Э., к.э.н.
доцент*

*ФГБОУ ВПО Восточно-Сибирский государственный
университет технологий и управления
Россия, г. Улан-Удэ*

ПОНЯТИЕ «САМОРАЗВИТИЕ РЕГИОНА» И ЕГО МНОГОАСПЕКТНОСТЬ

***Аннотация:** В статье раскрывается понятие саморазвитие региона. Понятие «саморазвитие» есть не только экономическая, но и социальная категория. Отсюда, саморазвитие характеризует ориентацию экономики региона на обеспечение финансовой самодостаточности посредством эффективного использования природного, производственного, экономического потенциала, развития рынка во имя удовлетворения потребностей региона, его населения.*

***Ключевые слова:** регион, региональная экономика, саморазвитие региона, самофинансирование, самообеспечение.*

THE CONCEPT OF "SELF-DEVELOPMENT OF THE REGION" AND ITS MULTIFACETED

Abstract: The article deals with the concept of self-development of the region. The concept of "self-development" is not only an economic but also a social category. Hence, self-development characterizes the orientation to ensure the financial sustainability of the regional economy through the effective use of natural, industrial, economic potential, market development for the needs of the region and its population.

Keywords: region, regional economy, self-development of the region, self-financing, self.

Переход экономики на рыночные начала функционирования существенно повысил экономическую самостоятельность субъектов

Российской Федерации, ослабил возможность центрального правительства навязывать региональным властям свою волю.

Все эти кардинальные изменения сказались на экономических, воспроизводственных отношениях, побудили к их трансформации, к обновлению форм производственных отношений. Возникла объективная необходимость установления качественно иных экономических отношений в хозяйственной системе субъектов Федерации, во взаимодействии субъекта с Федерацией в бюджетной сфере и в других областях финансово-кредитных отношений.

Разные стартовые условия вхождения отдельных российских регионов в рынок обусловили сильные различия между ними в характере проведения аграрной реформы, развития финансовой инфраструктуры, внешнеэкономической деятельности, экономических и финансовых отношений с центром. В силу этих несоответствий наблюдавшаяся ранее дифференциация уровня развития и условий жизни не только сохраняется, но даже усилилась. Нерациональное размещение отраслевого производства в территориальном разрезе как проявление структурного кризиса экономики имели место еще в Советском Союзе в результате просчетов регионального и отраслевого планирования, размещения энерго-, материало- и трудоемких производств в регионах без должного учета реальных, потенциальных возможностей и потребностей в этих производствах.

Круг обрисованных выше региональных проблем в их сочетании и тесном взаимодействии с федеральными проблемами, обострившимися в связи с экономическим и финансовым кризисом, обуславливает необходимость выработки на региональном уровне экономического курса, обладающего способностью противостоять ухудшению ситуации и способствовать решению задачи подъема региональной экономики. Такой курс и воплощает саморазвитие региона. Концепция саморазвития наиболее приложима к экономически слабым регионам в условиях недостаточной внешней поддержки, что в полной мере относится к Республике Бурятия. Прежде чем описать концепцию саморазвития региона и обосновать пути ее практической реализации необходимо глубже вникнуть в суть самого понятия «саморазвитие». Характерно, что этот термин сформировался и нашел применение не в экономике, а применительно к объектам биологической природы, по отношению к которым он трактуется как умственное или физическое развитие посредством самостоятельных усилий [2]. Ближе к экономике стоит философская трактовка термина «саморазвитие», понимаемого как «самодвижение», то есть движение, содержащее источник в самом движущемся, развивающемся объекте [1]. Самодвижение предполагает самореализацию внутренних возможностей объекта, в переводе на экономический язык, более полное использование ресурсного потенциала экономического объекта, региона, страны.

Несмотря на упоминаемое использование термина «саморазвитие» в официальных документах, остается нераскрытым вкладываемый в него

глубокий смысл, научное толкование этого понятия в региональном аспекте, его соотношение с близкими по характеру и звучанию понятиями, относящимися к развитию экономики-региона-субъекта Федерации.

Саморазвитие региона – гораздо более широкое понятие, охватывающее экономическое использование всех ресурсов региона, включая природные, материальные, трудовые, финансовые, информационные ресурсы, обмен ресурсами и продуктами экономической деятельности внутри и вне региона, оперативное и стратегическое управление экономикой региона, воздействие на социальные процессы, осуществление региональных программ и участие в целевых региональных программах, регулирование межбюджетных отношений и участие в осуществлении общего курса реформ посредством их проведения на региональном уровне.

Принципиальное отличие саморазвития от самообеспечения, составляющего лишь часть концепции саморазвития, состоит в том, саморазвитие не означает полный отказ региона от федеральной бюджетной поддержки, других видов государственных субсидий и субвенций, иностранной помощи. Саморазвитие не есть превращение региона из реципиента федерального бюджета в его донора, но оно отражает тенденцию развития в этом направлении. Это означает, что регион – реципиент, взявший курс на саморазвитие, делает все от него зависящее для снижения дотационной федеральной поддержки до потенциально достижимого в данных условиях уровня, принимая на себя покрытие дотируемых расходов. Конечная цель саморазвития как инструмента перехода к самообеспечению состоит в том, чтобы в силу реально складывающихся условий хозяйствования обеспечить предельно возможную в данный период степень финансовой независимости региона от бюджетных и иных ассигнований со стороны Федерации. Естественно, что при наличии благоприятных возможностей, существенно отличных для разных регионов России, следует стремиться стать регионом-донором, полностью функционирующим в режиме финансового самообеспечения, то есть перешедшим в режим финансовой самодостаточности.

В теоретическом аспекте сущность категории «саморазвитие» отражает изменение характера экономических, воспроизводственных, финансовых отношений, объективно обусловленное переходом от централизованного управления региональной экономикой к управлению, сочетающему элементы государственного регулирования с рыночным саморегулированием, повышающему самостоятельность и ответственность региона за решение проблем его социально-экономического развития.

Еще одна принципиальная особенность, характеризующая саморазвитие региона и присущая самой категории «саморазвитие», заключается в том, что приставка «само» к слову «развитие» не означает самоизоляцию региона, самостоятельное решение им всех экономических и социальных проблем, отказ от экономических взаимосвязей и

внешнеэкономического сотрудничества, включая экономическое взаимодействие с другими регионами и странами. Саморазвитие не есть чисто внутреннее развитие экономики региона, оно не только не исключает, но предполагает многостороннюю развитую экономическую интеграцию.

Таким образом, саморазвитие экономики региона следует понимать, как стремление к достижению такого уровня его экономического, научно-технического, социального развития и увеличения ресурсного потенциала, при которых регион обладает возможностью на основе собственного производства и рыночных отношений с другими регионами и странами удовлетворить производственные и конечные социальные потребности. Саморазвитие региона как участника внутреннего и внешних рынков, субъекта рыночных отношений призвано одновременно способствовать повышению эффективности функционирования его экономики, что служит неперенным условием перехода к самофинансированию и самообеспечению [3].

Важное дополнение к сказанному о саморазвитии региона состоит в том, что понятие «саморазвитие» есть не только экономическая, но и социальная категория. Таким образом, саморазвитие характеризует ориентацию экономики региона на обеспечение финансовой самодостаточности посредством эффективного использования природного, производственного, экономического потенциала, развития рынка во имя удовлетворения потребностей региона, его населения. Но это достаточно общее определение не исчерпывает сущности регионального саморазвития, так как в нем не выражен в явном виде социальный аспект категории «саморазвитие». С социальных позиций саморазвитие региона есть курс на повышение социального статуса региона, развитие его научно-интеллектуального, образовательного, духовного потенциала, поддержку национальных традиций, обеспечение экологической безопасности и здоровья населения, заботу о будущих поколениях.

Построение и функционирование инновационной модели региональной экономики обеспечивает наиболее полное использование потенциала саморазвития региона [4].

В итоге понятие «саморазвитие региона» объединяет совокупность качеств и свойств, характеризующих региональную социально-экономическую политику, построенную и ориентированную таким образом, чтобы регион обладал высоким уровнем самостоятельности и ответственности за решение стоящих перед ним проблем и вносил определяющий вклад в их решение.

Использованные источники:

1. Философский словарь – М.: Политиздат. 1984.
2. Маевский В.И. Экономическая эволюция и экономическая генетика//Вопросы экономики. 1994. №5.
3. Гомбоева Ж.Д., Хардаев Н.Э. Саморазвитие региональной социально-экономической системы: основные аспекты//Новая наука: проблемы и

перспективы. 2016. №2-2(61). С.23-26.

4. Халтаева С.Р. Основные направления формирования инновационной политики // Вестник ИГЭА, 2011, №5. – С. 80-83.

*Гончарова Е.С.
студент 2 курса
факультет «Финансы и кредит»
Дудник Т.А.
научный руководитель
Россия, г. Краснодар*

ГЕЙМИФИКАЦИЯ – КАК НОВЕЙШИЙ МЕТОД МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Аннотация: *В статье рассматривается один из новейших видов мотивации. Более подробно рассмотрев данный вид, дается оценка, выявляются преимущества и недостатки.*

Ключевые слова: *мотивация, геймификация, формы геймификации.*

In article one of the newest types of motivation is considered. Having in more detail considered this look, the assessment is given, advantages and shortcomings come to light.

Keywords: motivation, gamification, gamification forms

Любое предприятие заинтересовано в повышении эффективности своего производства, поэтому руководители организаций стремятся уделить все больше внимания улучшению оплаты труда, материальной и нематериальной мотивации персонала.

Мотивация– это внутреннее побуждение к определенному трудовому поведению, ограниченному умственными и физическими возможностями людей, целью которого является достижение в процессе либо целей организации, либо целей работника, либо их совместное достижение целей.[1].

В теории менеджмента существует множество методов стимулирования персонала. В современном мире выделяют 2 основных способа мотивации персонала, которые отдельно друг от друга играют определенную роль в системе мотиваций, а взаимосвязь данных видов делает эту систему более эффективной. К данным видам мотивации относят материальную и нематериальную мотивацию.

Многие руководители считают, что побудить людей к трудовой деятельности возможно только денежными вознаграждениями. Но многие эксперты и ученые утверждают, что нынешнее поколение ценит не только деньги, а стремится к самореализации, к карьерному росту, к свободе творчества при решении различных задач ит.д.

Наиболее эффективным инструментом для реализации потребностей персонала является геймификация.

Геймификация – новый способ управления персоналом для нашей

страны, он заключается в преобразовании обыденной работы в некий игровой процесс. [2] Данный вид мотивации, без особых усилий, позволяет повысить общий уровень производительности труда, выявить лидеров в определенной области, улучшить качество коммуникаций в команде, снизить количество конфликтов в коллективе, ит.п.

К основным формам геймификации, которые могут повысить деятельность сотрудников в несколько раз, относят соревновательную, победную и эстетическую.

Мотивирование сотрудников на соревновательной основе может приносить компании реальные результаты и финансовые успехи — важно ее правильно подготовить. Реализовать ее возможно устраивая интересные соревнования, пересекающиеся с тематикой работы компании.

Следующая форма – победная. Здесь интересен и важен сам игровой процесс, в выигрыше остаются все. Соглашаюсь с правилами данной геймификации и включаясь в игру, работники не только получают небольшое количество времени для отдыха и расслабления, но и учатся взаимовыручке, укрепляют командный дух, т.е происходит сплочение коллектива.

Эстетическая геймификация, позволяет сделать так, что цели компании не только становятся понятными всем сотрудникам, но и совпадают с их желаниями.

Если грамотно сочетать все три формы геймификации эффект от поощрения будет максимальным.

Но, к сожалению, как и любой способ управления у геймификации есть недостатки. Самым главным, на мой взгляд, является повышение конфликтности в команде. Также, к недостаткам можно отнести нежелание некоторых сотрудников участвовать в игре, т.е предпочтение стать сторонним наблюдателем.

Исходя из вышесказанного, можно сказать, что руководители компании, могут ожидать желаемый результат от геймификации. Применение данного способа во многом зависит от возрастной структуры персонала, а также их потребностей. Только истинное знание своих сотрудников может определить возможность и необходимость внедрения данного способа в систему мотивации.[3]

Самое главное – помнить, что только при взаимодействии всех видов мотивации можно увеличить эффективность всей системы мотивации персонала и деятельность компании в целом.

Использованные источники:

1. Миляева Л.Г. Мотивация, оценка и стимулирование труда персонала организаций. Алт. гос. тех. ун-т, БТИ. Бийск. Изд-во Алт. гос. тех. ун-та, 2005. 185 с.
2. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие. – 3-е изд., перераб и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011
3. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс:

Горина Е.В., к.э.н.

доцент

кафедра Информационных и Управляющих

СПбГУПТД ВШПИМ

*Санкт - Петербургский государственный университет
промышленных технологий Высшая школа печати и медиатехнологий*

Россия, г. Санкт-Петербург

РЕАЛИЗАЦИЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ «ПОДДЕРЖКА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ АНАЛИЗЕ ИНВЕСТИЦИЙ»

В статье рассматривается создание мобильного приложения под операционную систему Android. Раскрывается описание ключевых моментов реализации приложения.

Ключевые слова: мобильное приложение, инвестиции, принятие решений, среда разработки.

This article describes how to create mobile applications for the Android operating system. The article contains a description of the key points of the application implementation.

Keywords: mobile application, investment, decision-making, the development environment

Сегодня каждый пользователь, имеющий доступ к интернету имеет возможность наблюдать за изменениями различных экономических показателей в реальном времени. Постепенно эти задачи стали переноситься и на мобильные платформы. Габариты мобильного устройства позволяют использовать его в любом месте, что имеет явное преимущество по сравнению с персональным компьютером. Развитие технологий 3G и 4G позволяет иметь доступ в интернет с телефона практически в любой точке, где только есть зона покрытия сотового оператора. Мобильные устройства поддерживают те же стандарты беспроводной радиосвязи Wi-Fi, что и персональные компьютеры.

Платформа Android удовлетворяет всем требованиям современной мобильной операционной системы, а так же ее повсеместное применение является положительным аспектом распространения приложения. Активные разработки компании Google inc., как владельца операционной системы постоянно выводят платформу на новый уровень, что позволяет ей оставаться конкурентоспособной и перспективной.

Разработка приложений для Android требует подготовить контент, осуществить подбор информационных материалов, разработать интерактивные составляющие приложения. Таким образом, приложение позволит максимально наглядно предоставить информацию для пользователя.

При создании мобильного приложения «Поддержки принятия решений при анализе инвестиций» под операционную систему Android, используется

среда разработки Eclipse IDE и язык Java. Функциональная разработка оптимизирована под специфику современных мобильных устройств, на базе операционной системы Android. Основная функция приложения заключается в удобном представлении информации в виде графиков и новостной рубрики.

Востребованность данного проекта заключается в возможности совмещения материалов для графического и текстового анализа экономических показателей. Обороты рынка мобильных приложений и продажи смартфонов увеличиваются с года на год в разы, что способствует перспективе развития в направлении разработки мобильных приложений. Представленное приложение, совмещает в себе отображение графиков текущих котировок валют или акций и аналитических статей по ним, способствующих поддержке принятия решений.

Основным направлением совершенствования приложения является создание возможности обновления текущих изменений котировок акций и новостной ленты с занесением их в локальную базу на телефоне для работы в offline-режиме. Создание модели взаимодействия локальной базы в телефоне с глобальной (на сервере) посредством связи через интернет. Добавление специализированных методов статистического прогнозирования.

Основной функцией поддержки принятия решений является вывод изменений экономических показателей – котировок валют в графическом виде, а также новостной ленты соответствующей тематики. Приложение должно обеспечивать наглядность и доступность информации для пользователя.

Разрабатывается графический контент, в соответствии с требованиями, выдвигаемыми платформой и устоявшимися стандартами. Наиболее используемым форматом при разработке мобильных приложений является формат .png. Использование данного формата обусловлено поддержкой прозрачности для объектов, что является обязательным требованием, поскольку размеры экрана мобильного телефона ограничены, и при расположении некоторые объекты временно или частично перекрывают друг друга.

При запуске приложения пользователь попадает на главную страницу приложения. Стартовая страница состоит только из одного графического элемента – ImageView, которому соответствует фоновая картинка. Переход с начальной страницы на другие осуществляется через выбор соответствующего пункта меню. Для разработки новостной ленты было решено использовать View-элемент ListView. Этот элемент представляет собой список с возможностью прокрутки.

```

<LinearLayout xmlns:android="http://schemas.android.com/apk/res/android"
    android:layout_width="fill_parent"
    android:layout_height="fill_parent"
    android:orientation="vertical" >

    <ListView
        android:id="@+id/lvNews"
        android:layout_width="match_parent"
        android:layout_height="wrap_content" >
    </ListView>

</LinearLayout>

```

Рисунок 1. – Код layout-файла News.xml

При разработке layout-файла для отображения графика текущих котировок валют был использован только GroupView типа LinearLayout, также ему был задан параметр id для обращения к нему через код программы.

При запуске приложения выполняется код программы MainActivity.java, поскольку в манифест-файле этот класс имеет параметр android.intent.action.MAIN. При запуске Activity класса MainActivity ему присваивается layout-файл, который прописан в методе onCreate, в данном случае это activity_main.xml.

Реализация вывода графика на экран требует подключения дополнительных библиотек, так как в стандартной библиотеке этого не предусмотрено. Для данного приложения взята бесплатно распространяемая библиотека для построения графиков – GraphView.

```

protected void onCreate(Bundle savedInstanceState) {
    super.onCreate(savedInstanceState);
    setContentView(R.layout.diagram);

    setRequestedOrientation(ActivityInfo.SCREEN_ORIENTATION_LANDSCAPE);

    int num=4;
    GraphViewData[] data=new GraphViewData[num];
    GraphViewSeriesStyle seriesStyleEuro = new
        GraphViewSeriesStyle(Color.rgb(200, 50, 00), 3);
    GraphViewSeriesStyle seriesStyleDollar = new
        GraphViewSeriesStyle(Color.rgb(90, 250, 00), 4);
    double y=0;

    seriesEuro=new GraphViewSeries("Euro", seriesStyleEuro, data);
    data=new GraphViewData[num];
    data[0]=new GraphViewData(1,37d);
    data[1]=new GraphViewData(2,37.8d);
    data[2]=new GraphViewData(3,36.3d);
    data[3]=new GraphViewData(4,37.4d);

```

Рисунок 2 – Метод onCreate класса Diagram

Построение графиков требует создания переменной массива типа GraphViewData, где параметром num выступает количество точек на

графике. Координата новой точки должна иметь параметры вида (x,yd).

При создании графика можно указать ему параметры цвета и толщины, это делается через объект типа `GraphViewSeries`. На вход объект получает две переменные типа `double` – параметр цвета, в виде указания значений насыщенности каждого цвета, а также значение толщины.

График при построении использует конструктор вида `GraphViewSeries(name, style, data)`, где `name` – имя графика, `style` – параметр стиля графика, при его отсутствии параметр принимает значение – `null`, `data` – массив с координатами. Графическая библиотека предоставляет выбор отображения графика в виде линии или гистограммы. Для выбора при создании указывается тип графика `LineGraphView` – для отображения в виде линии и `BarGraphView` – в виде гистограммы.

Построение графиков основано на работе оператора `switch` и происходит следующим образом. При выборе графика происходит поиск соответствующих значений оператором `switch`, после этого проверяется существование графика на экране через переменную типа `Boolean`. Если объект уже существует, то выводится предупреждение с помощью объекта класса `Toast`, в противном случае график будет построен, а также будет изменено значение существования графика на `true`. При выборе пункта очистки графика экран будет очищен от всех графиков, а также будут изменены переменные существования графиков на `false`. Для вывода графика на `layout` используется стандартный метод `addView()` с указанием переменной типа `GraphView`.

Описание работы меню выбора списка новостей находится в классе `News`, при запуске `Activity` класса `News` ему подключается `layout`-файл `News.xml` и определяется нахождение виджета `ListView` через `R.id.lvNews`.

```

protected void onCreate(Bundle savedInstanceState) {
    super.onCreate(savedInstanceState);
    setContentView(R.layout.news);
    lvNews = (ListView) findViewById(R.id.lvNews);
    intent_0 = new Intent (this, New_1.class);
    intent_1 = new Intent (this, New_2.class);
    intent_2 = new Intent (this, New_3.class);

    ArrayAdapter<CharSequence> adapter = ArrayAdapter.
        createFromResource(this, R.array.news_list,
            android.R.layout.simple_list_item_1);
    lvNews.setAdapter(adapter);

    lvNews.setOnItemClickListener(new OnItemClickListener() {
        public void onItemClick(AdapterView<?> parent,
            View view, int position, long id) {
            Log.d(LOG_TAG, "itemClick: position = " +
                position + ", id = " + id);
            switch(position) {
                case 0:
                    startActivity(intent_0);
                    break;
                case 1:
                    startActivity(intent_1);
                    break;
                case 2:
                    startActivity(intent_2);
                    break;
            }
        }
    });
}

```

Рисунок 3 – Код класса News

Также создаются переменные типа Intent для перехода на соответствующие xml-страницы новостей. При создании объекта класса Intent ему на вход подаётся имя класса, на который будет осуществлён переход.

При создании ListView задачу создавать пункты меню берёт на себя адаптер. Конструктор адаптера выглядит следующим образом: public ArrayAdapter (Context context, int textViewResourceId), где context – это контекст, textViewResourceId – это layout-файл, представляющий собой TextView, objects – массив данных, выводимых в список.

Разработанное приложение обладает высоким потенциалом для дальнейшего развития и будет востребован как полноценная система поддержки принятия решений при анализе инвестиций.

Горячева О.Н., к.филол. н.

*доцент
Фаррахова А. В.
бакалавр 4 курса
Набережночелнинский институт
Казанский федеральный университет
Россия, г. Набережные Челны*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ

Аннотация: В статье исследуется новое направление фитнес-индустрии – йога-студии. В ходе проведения SWOT-анализа конкурентоспособности были сформулированы критерии анализа, выявлены сильные и слабые стороны организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, SWOT-анализ, студия йоги, фитнес.

Рынок спортивно-оздоровительных услуг — один из самых быстрорастущих рынков, что подтверждают основные доминантные характеристики отрасли. Исходя из оценок платежеспособного спроса, потребность рынка Татарстана составляет, по крайней мере, 150 тысяч тренировочных мест или 15 тыс. кв. м фитнес-зоны. Также отмечается тенденция увеличения количества клубов малого формата — фитнес-студий, мини-клубов «у дома» [3]. Студии йоги проходят процесс становления и предоставляют новую, развивающуюся услугу в нашей стране, соответственно, этот рынок малоизучен и в большинстве своем представлен, как направление фитнес-индустрии.

Данное исследование проводилось с целью выяснения конкурентоспособности йога-студии, относящейся к категории «у дома» при помощи SWOT-анализа.

Первичная информация представлена следующими источниками: внутренняя документация компании, данные о клиентской базе. Первичная информация была получена также в ходе экспертного опроса и включенного наблюдения.

Инструментом сбора информации являлся опросный лист, состоящий из 20 показателей: 1 Рост рынка. 2 Покупательская способность потребителей. 3 Лояльность клиентов. 4 Вероятность снижения цен конкурентами. 5 Коммуникационная политика конкурентов. 6 Возможность открытия новых точек, филиалов конкурентами. 7 Общее экономическое положение в стране. 8 Гибкость системы ценообразования. 9 Известность торговой марки. 10 Рекламная деятельность. 11 PR кампании. 12 Мотивация персонала. 13 Система подготовки, обучения персонала. 14 Уровень квалификации персонала. 15 Уровень заработной платы. 16 Состояние оборудования. 17 Оформление помещения и фирменный стиль. 18 Коммуникация при помощи интернета. 19 Расположение студии. 20 Сочетание практики йоги с философскими и медитативными техниками.

Объектом исследования являются эксперты в области йоги в г. Набережные Челны: руководитель йога-студии «Миладар»; заместитель руководителя; ассистент по вопросам продвижения. Участники экспертной группы подбирались таким образом, чтобы была возможность рассмотреть одну и ту же проблему с разных сторон. Экспертам предлагалось оценить по десятибалльной шкале перечень предоставляемых показателей.

По оценкам экспертов были выявлены сильные, слабые стороны организации, а так же ее возможности и угрозы. (Табл.1.)

Таблица 1. SWOT-анализ конкурентоспособности
йога-студии «Миладар»

<p style="text-align: center;">Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Система подготовки и обучения персонала 2. Квалификации персонала 3. Расположение студии 4. Высокая лояльность клиентов 5. Сочетание физических, философских, медитативных техник. 6. Покупательская способность потребителей 7. Известность торговой марки 8. Мотивация персонала 	<p style="text-align: center;">Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оформление помещения и отсутствие фирменного стиля 2. Интернет коммуникация. 3. Рекламная деятельность 4. PR кампании 5. Состояние оборудования 6. Уровень заработной платы
<p style="text-align: center;">Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рост рынка 2. Гибкость в ценообразовании 	<p style="text-align: center;">Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коммуникационная политика конкурентов 2. Снижение цен конкурентами 3. Возможность открытия новых точек конкурентами.

Далее проводится перекрестный анализ между всеми четырьмя группами. Сильная сторона совмещается с возможностью, слабая сторона - с угрозой. Необходимо определить, какие из возможностей внешней среды можно эффективно использовать за счет существующих сильных сторон компании. А также, какие из возможностей внешней среды сейчас недоиспользуются из-за слабостей компании.

С точки зрения сильных сторон и возможностей (SO): конкурентным преимуществом йога-студии является высококвалифицированный педагог с лояльными клиентами, которые в свою очередь, могут распространить информацию о студии своим знакомым. Коммуникацию следует направлять в сторону практики не только тела, но и душевной составляющей и продвигать йогу, как учение, а не элемент фитнеса или «способ похудеть». Расположение студии дает возможность коммуникации в двух направлениях: на родителей учащихся школы и жителей близлежащих комплексов.

С позиции слабых сторон и возможностей (WO) следует: продвигать сайт или группу в социальных сетях Вконтакте и Инстаграм. Повесить

объявление о студии на входе школы. Комбинировать информации в социальных сетях: на странице педагога и группе. Разработать фирменный стиль йога-студии, представляя ее как учение, поменять название.

С позиции сильных сторон и угроз (ST): наличие лояльных клиентов снижает риск потери доли клиентов из-за коммуникационной политики конкурентов. Хорошее расположение йога-студии и наличие лояльных клиентов снижает угрозы от открытия йога-студии по соседству. В ценовой категории йога-студия «Миладар» имеет самую оптимальную цену за услуги, поэтому снижение цен конкурентами никак не отразится на клиентской базе.

Сочетание слабых сторон и угроз (WT) отражает отсутствие коммуникационной деятельности у исследуемой йога-студии, в отличие от конкурентов, и соответственно отсутствие новых клиентов. Нестабильность экономического положения в стране увеличивает угрозу повышения арендной платы и снижение заработной платы персоналу.

По результатам проведенного ситуационного анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам, и какие внутренние недостатки требуют скорейшего устранения, а также дает возможность увидеть перспективы развития студии в дальнейшем.

Использованные источники:

1. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: Учебник для бизнес-школ. — М.: Норма, 2005. — 384 с.
2. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов / А.Н. Фомичев. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2011. — 468 с.
3. Ресурс «Реальное время». Режим доступа: <http://realnoevremya.ru/analytics/1085> Дата обращения: 25.02.16.

Гришин А.В.
специалист по земельным вопросам юридического отдела
ООО «Глобал-Инвест» ГК «Гражданстрой»
Россия, г. Смоленск

ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Представлены и проанализированы затраты при разных вариантах концентрации земельных долей в ЗАО имени Мичурина

Ключевые слова: устойчивость землепользования, концентрация земельных долей, сельскохозяйственная организация

Grishin A.V.
specialist on land issues legal department
LLC "Global-invest" group of companies "Grazhdanstroy"
Smolensk, Russia

THE SUSTAINABILITY OF AGRICULTURAL LAND USE ORGANIZATION

Abstract. Presented and analyzed the costs in different embodiments, the concentration of land shares in CJSC Michurin

Keywords: sustainability of land use, concentration of land shares and agricultural organization

В настоящее время вопрос, связанный с сохранением площадей землепользования сельскохозяйственных организаций, стоит достаточно остро. Если учесть их значение в продовольственном обеспечении страны продуктами питания, то требуется научное обоснование возможных решений этого вопроса.

Сравним выгодность различных способов концентрации земельных долей в землепользовании, на примере хозяйства ЗАО имени Мичурина Смоленского района Смоленской области, то есть безвозмездную передачу с последующей арендой, дарение сельхозорганизации, преобразование общей долевой земельной собственности в общую совместную, передачу в уставный капитал и выкуп земельных долей (табл. 1).

Таблица 1 - Затраты при разных вариантах концентрации земельных долей в ЗАО имени Мичурина, тыс.руб.

Способ концентрации земельных долей	Стоимость
Безвозмездный возврат земельных долей в состав земель субъектов Российской Федерации с последующей арендой земли (в год)	3548,4
Передача земельной доли в форме дарения в собственность сельскохозяйственной организации, как юридического лица (землеустройство, регистрация, налог на дарение)	9523,0
Преобразование в общую совместную собственность	
- с проведением землеустроительных работ	44320,9
- без проведения землеустроительных работ	7,5
Передача в уставный капитал организации	
- с проведением землеустроительных работ	44320,9
- без проведения землеустроительных работ	7,5
Возмездная передача земельных долей в фонд земель предприятия	38884,6

Из данных таблицы видно, что, во-первых, сельхозорганизации целесообразно иметь дело с земельными долями в размере площади используемых земель, во-вторых, наиболее дешевый способ концентрации земель в собственность сельхозорганизаций – это преобразование общей долевой собственности в общую совместную собственность, при отсутствии

работ по землеустройству. Возмездный возврат земельных долей в фонд земель хозяйства для него дорог.

Обращают на себя внимание суммы оплаты землеустроительных работ. Высокие ставки не позволяют владельцам земельных долей самим совершать операции, связанные с выделением земельных участков. Это стимулирует использование привлеченных средств перекупщиков через проведение с ними предварительных теневых сделок и заключение негласных договоров. Вместе с тем, высокие ставки лишают сельхозорганизацию возможности взять на себя расходы по выделению участков даже в случае согласия владельцев земельных долей оставить их в землепользовании хозяйства без какой-либо оплаты. Очевидно, способствовать сохранению земель в коллективном использовании может решение о снижении ставок оплаты землеустроительных работ, выполненных для сельскохозяйственных организаций в связи с формированием рационального по размерам землепользования при общей земельной собственности.

Рассматривая вариант аренды из земель государственной собственности, можем сказать, что ежегодные затраты при существующих ставках ее оплаты достаточны велики для рассматриваемого хозяйства.

Для муниципалитетов можно предложить программу по совершенствованию землеустроительных отношений. Ожидаемые результаты реализации программы видим в следующем:

- проведение разграничения земель, находящихся в федеральной, областной и муниципальной собственности;
- развитие рынка земли;
- эффективное и рациональное использование земельных ресурсов на всех уровнях управления;
- обеспечение регулярных поступлений земельного налога и арендной платы за землю в бюджеты всех уровней за счет реализации программных мероприятий.

Использованные источники:

1. Лазько, О.В. Научно-технический прогресс как фактор повышения эффективности сельского хозяйства [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук.: 08.00.05 / О.В. Лазько. – Москва, 2007. – 20с.
2. Панкова, К.И. Использование земель сельского хозяйства [Текст]: учебно-методическое пособие / К.И. Панкова. - М.: РАКО АПК, 2009.
3. Семченкова, С.В. Сельская экономика: проблемы развития и организационно-экономический механизм их решения [Текст] / С.В. Семченкова // Творческое наследие А.С. Посникова и современность: сб. науч. тр./ ФГБОУ ВПО СмолГУ. – Смоленск, 2015. – № 9. С.141-148
4. Семченкова, С.В. Устойчивость землепользования коллективных сельскохозяйственных организаций в условиях оборота земельных долей [Текст]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / С.В. Семченкова. – Москва, 2005. – 115с.

5. Семченкова, С.В. Устойчивость землепользования в аграрном производстве как фактор развития сельских территорий [Текст] / С.В. Семченкова // Тенденции сельскохозяйственного производства в современной России: сб. науч. тр./ ФГБОУ ВПО Кемеровский ГСХИ.- Кемерово, 2014. - С.212-223.
6. Чулкова, Г.В., Ищук, О.В. Применение ротационного полевого севопольного севооборота как фактора повышения экономической эффективности использования земельных ресурсов [Электронный ресурс] // Современные тенденции сельскохозяйственного производства в мировой экономике: сб. науч. тр./ ФГБОУ ВПО Кемеровский ГСХИ.- Кемерово, 2015. – С.457-462

*Гусева П.А.
студент 4 курса
Институт Права
Самарский государственный экономический университет
Россия, г. Самара*

**СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ И
ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА
CO-RELATION BETWEEN THE TERMS “LAW PROCEDURE”
AND “JURIDICAL PROCESS”**

Правильное и эффективное осуществление участниками правоотношений своих субъективных прав и исполнение обязанностей неразрывно связаны с понятиями «процедура» и «юридический процесс».

Именно подчинение материально-правовых отношений закрепленным в нормативно-правовых актах или договорах процедурам дает возможность устанавливать их стабильность. Также, обеспечивает возможность регулирования отношений властными субъектами или судом за счет их унифицированности. При отсутствии процессуальных правил, установленных определенной правовой процедурой, определяющих порядок претворения в жизнь норм материального права, неизбежно возникнут трудности при регулировании общественных отношений и несмотря на всю значимость материально-правовой нормы она при данных обстоятельствах «мертва»[1].

Определяя филологическое значение понятий «процесс» и «процедура», данные толковых словарей под процессом понимают — ход, развитие (включая последовательную смену состояний) какого-либо явления, под процедурой — официальный порядок поведения.

Процесс — (от лат processus — продвижение) представляет собой порядок рассмотрения дел в суде или административном органе, судопроизводство, судебное дело. С точки зрения философии процесс — прохождение, продвижение — закономерное, последовательное изменение явления, его переход в другое явление.

Юридический (правовой) процесс, в свою очередь, представляет собой

регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений [2].

Процедура (от лат. — обеспечивать продвижение чего-либо, установленный порядок) как общесоциальное явление представляет собой систему, которая: а) ориентирована на достижение конкретного социального результата; б) состоит из последовательно сменяющихся друг друга актов поведения, ступеней деятельности; в) создает модель развития, движения какого-либо явления, закрепляемую на нормативном уровне; г) иерархически построена; д) находится в динамике, развитии; е) имеет сложный характер.

Вопрос о соотношении данных понятий в юридической науке не решен до сих пор, ученые приходят не то чтобы к противоположным мнениям, но привязывают соотношение к совершенно разным основаниям. Рассматривается как форма и содержание, общее и частное, как два не связанных понятия. Наиболее интересными, на наш взгляд, представляются две из них.

Первая позиция, согласно которой, принципиальное различие между позитивной юридической процедурой и процессом заключается в том, что они призваны обслуживать разные виды материально-правовых норм (регулятивные и охранительные), соответственно цели этих процедур также не могут не различаться. В данном контексте, позитивная процедура есть порядок осуществления правовых предписаний в нормальном, обычном варианте их развития, то есть в отсутствие нарушения юридических норм. Процесс же рассчитан на защиту нарушенных или оспариваемых субъективных прав и законных интересов и регламентирует применение к лицу особых государственных принудительных мер, в обобщенном виде известных как санкции. Юридическая процедура является детально регламентированной, типичной, предназначенной для обеспечения реализации определенной группы правоотношений. Примерами правовых процедур могут служить: процедура регистрации юридического лица, процедура регистрации брака в органах ЗАГС, процедура начисления пенсий и пособий, процедура подачи налоговой декларации, перехода на упрощенную систему налогообложения и т.д. Как отмечает В.Н. Протасов: «...Каждая материальная процедура «прикреплена» к соответствующему регулятивному отношению, будучи обязательным условием его нормальной реализации. Содержание материальной процедуры определяется содержанием «своего» основного отношения, поэтому она не может быть использована для реализации «чужого».

Понятие процесса связано с разрешением спорных ситуаций, отличающихся разнообразием и требующих индивидуального подхода. Процесс не может существовать без третьей стороны, носящей властные полномочия по отношению к спорящим субъектам права. Такой стороной

может быть государственный суд, обладающий компетенцией в силу закона, или третейский суд (медиатор), которому стороны добровольно дают право вести процесс для разрешения спора. Причем, если при установлении процедуры предполагается максимальная диспозитивность действий участников отношений при этом ведет к ясному результату, то процесс строго регламентирован, но не предсказуем.

Процедура, по общему правилу, не может перерасти в процесс, поскольку если первая направлена на регламентацию обычной, положительной деятельности, то последний предполагает разрешение спорных ситуаций и применение мер юридической ответственности [3].

Вторая позиция, которой придерживается ученый Ланг П.П. заключается в том, что процесс представляет собой совокупность последовательно сменяющих друг друга процедур. По его мнению, юридический (правовой) процесс представляет собой регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений. Понятие процедуры, в свою очередь, подразумевает порядок (систему) осуществления юридически-значимых действий. Целью правовой процедуры является реализация материально- правовой нормы. Процедуры в юридическом процессе, как в любом другом социальном процессе, находятся в последовательной динамике, системном развитии. Первый признак юридической процедуры заключается в том, что она является совокупностью последовательно складывающихся и сменяющих друг друга правовых отношений. Последовательность юридически-значимых действий является содержательным качеством правовой процедуры. Таким образом, правовая процедура – это структурный элемент юридического процесса, нормативно-установленный порядок (система) осуществления последовательных юридически-значимых действий, направленный на реализацию норм материального права, охраняемый от нарушений правовыми санкциями. Таким образом, юридический процесс и правовая процедура соотносятся как общее и частное [4].

Две изложенные позиции, на наш взгляд, являются наиболее аргументированными. Нельзя судить о том, какая из позиций является объективной, так как с точки зрения филологического и философского подходов, они подходят обе. Сложившаяся практика применения этих понятий также разнообразна и противоречива. Так, первой точке зрения противоречат традиционно употребляемые понятия «процедура банкротства» и «досудебная процедура урегулирования споров», так как исходя из признаков юридического процесса, выделяемых автором, здесь уместно именно последнее понятие. Второй точке зрения противоречит факт, что зачастую не представляется возможным выявить процедуры, проводимые в ходе юридического процесса, так как окончание одной процедуры не всегда означает начало следующей.

Так как понятия «юридический процесс» и «правовая процедура» являются основополагающими для осуществления любых правоотношений, представляется необходимым закрепить на законодательном уровне их содержание. Определения понятий могут быть внесены в общие части процессуальных кодексов Российской Федерации. Несомненно, так следует внести ясность, истолковать их.

Использованные источники:

1. Солдатова О. Е. К вопросу о соотношении понятий «юридический процесс» и «юридическая процедура» // Молодой ученый. — 2014. — №15. — С. 332-335.
2. Ланг П.П. Правовая процедура и юридический процесс (теоретико-правовой аспект) //Современные проблемы права и управления. 5-я Международная научная конференция: сборник докладов. – 2015. Издательство: Папирус. – С. 80-85.
3. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1955. Т. IV. С. 89.
4. Бутенко Е.И. О соотношении понятий «процедура» и «процесс» на современном этапе развития юридической науки. Право третьего тысячелетия. Материалы I Международной заочной научно-практич. конф. студентов и аспирантов (17 апр. 2009 г., г. Ставрополь). Вып. I. Ставрополь, 2009. С. 57-61.

Джабраилова И.В.

ассистент

Омельченко П.Н., к.с-х.н.

старший преподаватель

Вдович С.А.

старший преподаватель

кафедра прикладной информатики в экономике и управлении

Оренбургский государственный университет

Россия, г. Оренбург

**КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПО
ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

В статье рассматривается управление материальными потоками агропромышленных предприятий. Обосновывается необходимость разработки информационной системы, позволяющей оптимизировать работу сотрудников предприятий АПК. Описывается функционал проектируемого модуля, предназначенного для оптимизации логистических процессов.

Ключевые слова: информационная поддержка принятия решений, агропромышленные предприятия, логистическая система, оптимизация производственных процессов

The article deals with the management of material flows of agro-industries . The necessity of development of an information system that allows to optimize the work of agricultural enterprises employees . It describes the functionality of the designed module to optimize logistics processes .

Keywords : information support of decision-making , agro-industries , logistic system , optimization of production processes

На современном этапе развития мировой экономики предприятиям агропромышленного комплекса (далее АПК) для повышения эффективности производства требуется внедрение информационной системы, которая позволила бы осуществлять управление материальными потоками предприятия и способствовать принятию управленческих решений.

Как правило, функционирование предприятий АПК имеет особенность, которая заключается в отсутствии территориальной локализации производственных процессов[1]. Необходимость в управлении материальными, финансовыми и информационными потоками возникает вследствие того, что предприятия перерабатывающей промышленности, использующие в качестве сырья сельскохозяйственную продукцию, пространственно удалены от источников сырья, что влечет за собой физическое перемещение материальных потоков. Следовательно, для эффективного функционирования предприятий АПК требуется формирование логистической системы, которая будет охватывать все экономические потоки и все стадии производственного процесса сельскохозяйственных предприятий.

Рассматривая логистику как науку по отношению к агропромышленному комплексу и учитывая закономерности системного подхода, следует отметить, что логистическая система поддержки функционирования предприятий АПК должна рассматриваться как сложная система и включать в себя ряд подсистем (модулей), каждая из которых должна нести в себе определенную функциональную нагрузку.

Логистическая система предприятий АПК в большей степени затрагивает не сферу производства продукции сельского хозяйства, а сферу распределения и сбыта готовой продукции[2]. Это подтверждается и основной задачей системы логистики, которая заключается в сокращении материальных и временных издержек при движении конечной продукции.

Кроме этого, стоит выделить в качестве одной из основных задач – организация оптимального размещения складов и распределительных центров.

При моделировании системы информационной поддержки функционирования предприятий АПК следует выделить разработку модуля по распределению пунктов хранения сырья и конечной продукции на карте отраслевых сегментов. Данный модуль представляет собой web-ориентированное приложение и предназначен для решения задачи оптимального размещения товара по складам и распределительным центрам.

Использование данного Интернет-приложения также дает возможность решить проблему оптимального размещения пунктов складирования на определенной территории, исходя из наличия различных отраслевых сегментов.

Основной функционал разрабатываемого модуля представлен ниже:

1. Управление доступом
 - а) создание роли пользователя с определенными правами доступа к базам данных;
 - б) создание учетной записи пользователя подсистемы «Склад»
2. Формирование справочной информации
 - а) создание и ведение справочника единиц измерения;
 - б) создание и ведение справочника категорий продукции;
 - в) создание и ведение справочника номенклатуры продукции;
 - г) создание и ведение справочника адресов расположения точек хранения продукции (координат складов и распределительных центров);
 - д) создание и ведение справочника поставщиков сырья;
 - е) создание и ведение справочника отраслевых сегментов.
3. Ведение оперативной информации
 - а) ведение таблицы операций, производимых на складах и распределительных центрах;
 - б) формирование отчетов (отчет об отгрузке товара, о приеме товара, об инвентаризации, о перемещении товара по складу);
 - в) выдача информации по размещению товара на складе и его остатках.

Данная подсистема нацелена на снижение логистических издержек, возникающих в процессе функционирования предприятий АПК. В период сезонного повышения спроса на определенный вид сельскохозяйственной продукции использование модуля позволяет обеспечить максимальные объемы продаж вследствие использования рациональных движений маршрутов доставки продукции, в период спада – обеспечить поддержание товарного запаса и сохранности продукции[3].

Если рассмотреть архитектуру разрабатываемого приложения, то следует отметить, что типичная трехуровневая архитектура информационной системы предполагает описание требований пользователей системы.

Предполагается, что пользователями модуля «Склад» являются работники пунктов хранения продукции, менеджер и администратор. Проанализируем требования перечисленных пользователей подсистемы и представим их в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ требований пользователей модуля «Склад»

Пользователь модуля «Склад»	Потребности пользователя
Администратор	Максимально быстрая и удобная работа с БД, оперативное выполнение транзакций с БД: добавление, удаление, редактирование информации о складах и распределительных

	центрах
Менеджер	Доступное и понятное пользователю формирование карты отраслевых сегментов и размещение точек хранения товара на ней, своевременное обновление при перемещении товара между распределительными центрами или на складе
Работник склада	Удобный пользовательский интерфейс, простота работы с приложением, быстрое выполнение наиболее частых операций, возможность реализации различного рода выборок и формирования отчетов по ним

Таким образом, разработка информационной системы поддержки функционирования предприятий АПК позволит повысить эффективность и результативной агропромышленного комплекса, способствуя не только рациональному размещению пунктов хранения сырья, но и формированию оптимальных маршрутов движения готовой продукции конечным потребителям. Кроме того, логистика в совокупности с маркетинговыми мероприятиями представляет собой не только наиболее оптимальный вариант системы управления, но и способствует повышению конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса.

Использованные источники:

- 1 Болокова М.Г., Четав Р.Т. Логистическая система агропромышленного комплекса / М.Г. Болокова, Р.Т. Четав // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2006. – №2. – с.112-114.
- 2 Ворожейкина, Т.М. Логистика в АПК / Т.М.Ворожейкина, В.Д. Игнатов – М.: Колос, 2005. – 184 с.
- 3 Хмельницкая З.Б., Никифорова Ю.В. Формирование логистической системы инструментообеспечения предприятий АПК / З.Б. Хмельницкая, Ю.В. Никифорова // Аграрный вестник Урала. – 2014. – №12.

*Дидманидзе М.Р.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В КОЛЛЕКТИВЕ

Аннотация. *Статья посвящена обзору конфликтных ситуаций в коллективе. Исследуются виды и причины конфликтов, а также пути их решения.*

Ключевые слова: *конфликтные ситуации, конфликты, пути решения.*

Конфликт часто определяют как отсутствие согласий между двумя и более сторонами, которые могут быть конкретными лицами или группами. Современная точка зрения на конфликт заключается в том, что в организациях даже с эффективным управлением некоторые конфликты не только возможны, но и желательны. Во многих ситуациях конфликт помогает выявить разнообразие точек зрения, большее число альтернатив или проблем. Это делает процесс принятия решений более эффективным. Отсюда конфликт может быть функциональным, ведущим к повышению эффективности организации или дисфункциональным приводящим к снижению личной удовлетворенности группового сотрудничества и эффективности принятия решений. Существует четыре основных типа конфликтов:

1) внутриличностный конфликт. Возникает, когда одному человеку представляются противоречивые требования по поводу результатов его работы. Конфликт может являться ответом на рабочую перегрузку или недогрузку.

2) межличностный конфликт. В организации чаще всего проявляется в виде борьбы людей за ограниченные ресурсы, статусы, место в управлении организацией, капитал и рабочую силу. Он может проявляться как столкновение между личностями с разными характерами, взглядами и ценностями.

3) конфликт между личностью и группой. Производственные группы устанавливают нормы поведения и выработки. Каждый должен их соблюдать, чтобы быть принятым неформальной группой и тем самым удовлетворить свои материальные и социальные потребности. Конфликт может возникнуть, если отдельная личность займет позицию отличную от позиции группы.

4) межгрупповые конфликты. Они возникают между группами формальными и неформальными. Часто происходят между линейным и штабным персоналом, между функциональными группами (например, между отделом сбыта и производства по поводу производства продукции).

Существует несколько эффективных способов управления конфликтной ситуацией. Их можно разделить на две категории:

- структурные
- межличностные.

Структурные методы. Это один из лучших методов управления, предотвращающий дисфункциональный конфликт. Нужно разъяснить, какие результаты ожидаются от каждого сотрудника и подразделения.

Межличностные стили разрешения конфликтов:

- уклонение. Этот стиль подразумевает, что человек старается уйти от конфликта.

- сглаживание. При таком стиле человек убежден, что не стоит сердиться, потому что «мы все - одна счастливая команда, и не следует раскачивать лодку».

- принуждение. В рамках этого стиля преобладают попытки заставить принять свою точку зрения любой ценой.

- компромисс. Этот стиль характеризуется принятием точки зрения другой стороны, но лишь до некоторой степени.

- решение проблемы. Данный стиль - признание различия во мнениях и готовность ознакомиться с иными точками зрения, чтобы понять причины конфликта и найти курс действий, приемлемый для всех сторон.

Координационные и интеграционные механизмы. Это ещё один метод управления конфликтной ситуацией. Если два или более подчинённых имеют разногласия по какому-либо вопросу, конфликта можно избежать, обратившись к общему начальнику, предлагая ему принять решение.

Не менее эффективны средства интеграции: межфункциональные группы, целевые группы, межотделовские совещания. Например, когда в одной из компаний назрел конфликт между взаимозависимыми подразделениями - отделом сбыта и производственным отделом, то была организована промежуточная служба, координирующая объёмы заказов и продаж.

Использованные источники:

1. Анцупов, А.Я., Прошанов, С.Л. Конфликтология: междисциплинарный подход. - М., 2012. – 156 с.
2. Бородкин, Ф. М., Коряк, И.М. Внимание: конфликт. - Новосибирск, 2013. – 270 с.
3. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
4. Жирнов А.В. Количественная и вероятностная составляющие риска как основа для классификации факторов его возникновения /А.В.Жирнов //Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. - №37-2. – С.93-97
5. Жирнов А.В. Анализ факторов, сдерживающих развитие сельских территорий / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Экономика и социум. – 2014. - № 3-1 (12). С. 640-643
6. Лачуга Ю.Ф., Самсонов В.А., Дидманидзе О.Н. Прикладная математика. М.: Колос, 2001, 218 с.
7. Лапшина Г.В. Специфика формирования социального пакета в сельскохозяйственных предприятиях / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. - № 4-6(13). – 2014. – С. 847-849.
8. Лапшин Ю.А. Организационно-психологические факторы безопасности труда / Ю.А. Лапшин, К.В. Шленкин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. – 2014. - № 3-2 (12). С. 374-377
9. Легеза, Г.В., Дидманидзе О.Н., Митягин Г.Е., Шульга Е. Ф. Многофункциональная имитационная модель. Объединенный научный

Долгополов А. Ю.
магистр
ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»
Россия, г. Уфа

ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА

Аннотация: В статье рассматриваются этикетные нормы общения по телефону. Сегодня невозможно представить себе деловую жизнь без телефона. Современные возможности телефонной связи, использующие новейшие технологии (сотовые телефоны и др.), увеличивают значимость телефона в деловой жизни.

Ключевые слова: этикет, телефонный разговор, деловой человек, правила общения.

Значение телефонного общения для современных деловых людей трудно переоценить, поскольку это самый простой способ быстрого установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. По телефону ведутся важные переговоры, назначаются встречи, даже заключаются сделки. Умение деловых людей грамотно вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на репутацию фирмы, организации, предприятия, которую они представляют. Соблюдая правила этикета при телефонном разговоре, вы демонстрируете не только свой деловой профессионализм, но и общую культуру, образованность [1, с. 48].

Телефонные переговоры можно рассматривать как специфический случай проведения деловой беседы. Исходя из этого, следует сделать два вывода. Во-первых, правила подготовки и проведения деловой беседы во многом сохраняют свою значимость при ведении телефонных переговоров. Во-вторых, телефонный разговор обладает целым рядом отличительных особенностей по сравнению с очной беседой.

Сходство этических правил деловой беседы и телефонного разговора заключается в возможности перенесения основных этапов подготовки и проведения с очной на телефонную беседу. Так, например, в зависимости от значимости телефонного разговора следует уделить внимание отдельным этапам его моделирования: определение цели беседы, ее информационная подготовка, отработка формулировок понятий и суждений, определение последовательности и содержания аргументации, анализ возможной реакции

собеседника на те или иные высказывания.

Правила, относящиеся к очной беседе, следует переносить на телефонный разговор не автоматически, а с определенной корректировкой. Неизменными следует считать общие нормы поведения в беседе: демонстрация заинтересованности в предмете разговора, доброжелательность по отношению к собеседнику, отсутствие влияния на характер разговора вашего общего настроения.

Как уже указывалось, помимо сходства с очной беседой телефонному разговору присущи специфические особенности. Эти особенности определяются тем, что собеседники не видят друг друга и зачастую телефонный разговор возникает для одной из сторон неожиданно, нарушая при этом предшествующий ход событий: очную беседу одного из абонентов, выполнение им какой-либо важной или срочной работы и т. п. Такую возможность следует предусматривать всегда, когда мы звоним кому-либо. Это должно накладывать определенный отпечаток на наше поведение.

Всегда стоит извиниться за беспокойство, даже в том случае, если вы уверены, что вашего телефонного звонка ждали. Правилom хорошего тона следует считать вопрос к собеседнику, располагает ли он временем для разговора, даже в случае вашей уверенности в утвердительном ответе с его стороны. Вы можете помочь собеседнику сориентироваться во времени, если укажите конкретную продолжительность разговора, которая потребует для решения вопросов, тем самым вы заставите себя предварительно спрогнозировать примерное время беседы и, исходя из этого, скорректировать ее канву, а может быть и отказаться от телефонного варианта в связи с большой длительностью предполагаемого разговора.

Учитывая тот факт, что собеседники не видят друг друга, обязательным следует считать правило, по которому вам необходимо представиться – лаконично, но емко. Плохим тоном является уверенность в том, что вас должны узнавать по голосу, тем самым вы ставите вашего собеседника в неловкое положение, заставляя переспрашивать, кто конкретно ему звонит. Игнорирование представления своему собеседнику больше характерно для бытовых телефонных разговоров, хотя иногда встречается и в деловой практике. Вариант представления следует продумать заранее. Если нет уверенности, что вас узнают по фамилии, лаконично назовите организацию, которую вы представляете, вашу должность и краткую сущность вопроса, который вы хотели бы обсудить.

С другой стороны, человек, ведущий очную беседу с кем-либо, должен отдавать ей приоритет перед телефонным разговором. Обязательно нужно помнить о том, что в большинстве случаев телефонная связь – это средство для предварительной договоренности о чем-либо, чаще всего о будущей очной встрече. Неслучайно существует выражение – «нетелефонный разговор». О нем не следует забывать, определяя тему телефонной беседы, а также заранее прогнозируя то время, которое потребуется для нее. Кроме того, нужно учитывать то обстоятельство, что собеседник может быть в

окружении коллег, посетителей и т. п., что не позволяет ему вести достаточно откровенный разговор. Если вы чувствуете неловкость другого участника беседы, перенесите разговор на другое время. В том случае, если это невозможно, помогите вашему собеседнику, формулируя вопросы в закрытой форме.

Культура телефонного разговора включает также некоторые правила общения со сторонними абонентами. Так, если вы звоните в незнакомую организацию, прежде всего, выясните, кто компетентен в решении вашего конкретного вопроса (для этого необходимо заранее в лаконичной форме сформулировать его сущность). Подробную информацию следует давать лишь тому собеседнику, который сможет помочь вам в решении вопроса. Безадресная передача излишней информации является достаточно распространенной ошибкой в телефонных переговорах.

С другой стороны, если вам звонят из внешней организации, задавая вопрос вне вашей компетенции, помогите звонящему разобраться в том, кто может решить его проблему. Помните, что вежливое, доброжелательное общение по телефону это один из немаловажных путей формирования позитивного имиджа как организации в целом, так и ее отдельных сотрудников и подразделений.

В заключение отметим, что телефон – наш деловой партнер, сотрудничество с которым требует определенных этикетных знаний. Практика показывает, что даже беглое ознакомление с правилами телефонного этикета и техникой телефонных переговоров значительно улучшает качество работы в этой области деловых отношений. Иногда достаточно разъяснить самые типичные ошибки, и многие проблемы, связанные с эффективностью взаимодействия с клиентами компании, ее деловыми партнерами и корпоративным имиджем, исчезают, позволяя корректировать и совершенствовать стиль делового поведения.

Будьте вежливы в общении, и тогда оно доставит массу удовольствия вам и вашему собеседнику [4, с.51].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Этикет делового телефонного разговора // Развитие предприятий, отраслей, регионов России. Сборник статей IV Всероссийской научно-методической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2011. С. 48 – 50.
2. Шилова К.А. Телефонные разговоры делового человека. М., 1993. – 71 с.
3. Акишина Н.А. Речевой этикет русского телефонного разговора. М., 2012. – 114 с.
4. Игебаева Ф.А. Деловое общение: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2010. – 112 с.

*Донченко Ю.А.
студент 2 курса
институт Экономики и управления*

Овчинникова И.В.
научный руководитель, старший преподаватель
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время, непрерывно улучшаясь, бухгалтерский учет становится неотъемлемым звеном становления рыночной экономики и организации управления и носит не только ретроспективный, но и перспективный характер.

В завершении своей деятельности абсолютно любое предприятие осуществляет какие-либо хозяйственные операции и принимает те или иные решения. Каждое подобное действие находит отражение в бухгалтерском учете. Бухгалтерский учет представляет собой систему, которая оценивает параметры деловой активности и предоставляет их в виде финансового отчета, который предоставляет информацию в денежной форме на уровне предприятия или на индивидуальном уровне. В свою же очередь финансовый отчет необходим руководству предприятия для принятия решений и составления практических бизнес планов. Первичным звеном бухгалтерского учета является – бухгалтерия (самостоятельная структурная единица организации, она не может входить в состав какого-либо организационного подразделения) организации, которую возглавляет главный бухгалтер. Структура бухгалтерии зависит от объема и содержания учетной работы. На крупных предприятиях делится на отделы:

- Расчетный – расчеты согласно оплате труда и страховому обслуживанию, формирует доклад по труду и заработной плате
- Материальный – расчеты с поставщиками, составляет отчет о движении и наличии имущественных ценностей
- Производственно-калькуляционный отдел – исчисляет себестоимость продукции, составляет отчет о выполнении плана по выпуску продукции и ее себестоимости
- Отдел по учету сбытовых операций – наличие и движение готовых изделий
- Отдел расчетных и валютных операций – учет банковский и денежных операций
- Общий отдел – учет всех оставшихся хозяйственных операций

Подобная структура бухгалтерии является стандартной и используется большинством средних, а иногда и крупными предприятиями и носит название вертикальной. [1]

Ведение бухгалтерского учета строго документировано, абсолютно все документы оформлены точно. Ведение бухгалтерского учета, который содержит в себе регистрацию событий, измерение и передачу данных,

гарантирует контроль над исполнением хозяйственных операций, которые реализует предприятие. На основании этих данных принимаются решения по наиболее целесообразному применению ресурсов. Бухгалтерский учет призван обеспечивать все без исключения уровни управления промышленными организациями данными о фактическом состоянии объекта. Бухгалтер оказывает огромное воздействие на утверждение управленческих решений, потому что основной его задачей является предоставление руководству предприятия необходимой информации для принятия управленческих решений. Так же в обязанность бухгалтера входит формирование системы внутреннего контроля, чтобы увеличить результативность деятельности и избежать хищения. Он принимает участие в планировании прибыли компании, в составлении смет и контроля над расходами. Главными прямыми обязанностями бухгалтера являются контроль точного формирования документов, подготовка финансовых отчетов и соблюдение предприятием налогового законодательства. Отличительная функция бухгалтера от других сотрудников предприятия – это проведение аудиторских проверок, которые состоят в проверке и исследовании финансовых отчетов. В задачи аудитора входит предоставления профессионального заключения о достоверности финансового отчета, а чтобы сделать данное заключение аудитор должен в процессе своей аудиторской деятельности проверить всю первичную документацию, остатки денежных средств, определить достоверность проводимой в организации инвентаризации, а так же проверить действительность дебиторской задолженности и результативность системы внутрихозяйственного контроля. Проверка организации учета на предприятии проводится в соответствии с ПБУ. [2]

На базе информации бухгалтерского учета осуществляются и другие функции управления:

- Анализ (получение достоверной информации о бухгалтерском учете в короткие сроки)
- Планирование (оптимальное распределение ресурсов для достижения поставленных целей)
- Контроль (проверка)
- Регулирование (обеспечение функционирования управляемых процессов в рамках заданных параметров) [3]

Таким образом, отталкиваясь из всего вышесказанного, можно сделать заключение, что бухгалтерский учет играет немаловажную роль в обеспечении производства информацией и считается составляющей частью системы управления. Он осуществляет значимые функции и для этого требуется непрерывное усовершенствование бухгалтерского учета. Одной из ключевых задач организации бухгалтерского учета считается введение современных форм учета, которые основаны на применении компьютерных технологий.

Бухгалтерский учет занимает немаловажное место в оценке объектов учета и установлении их себестоимости. На сегодняшний день в условиях роста общественного производства необходимо усовершенствование хозяйственного приспособления и в первую очередь хозрасчетных отношений, финансового стимулирования, контролирование производства и распределения. В данных обстоятельствах значимость данных бухгалтерского учета в управлении предприятием еще больше возрастает.

Использованные источники:

1. Овчинникова, Ирина Васильевна. Бухгалтерский финансовый учет : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И. В. Овчинникова, Е. И. Левина; ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. упр. учета и анализа Кемерово, 2016. 424 с.
2. Овчинникова, Ирина Васильевна. Бухгалтерский финансовый учет : Курс лекций и нормативно-правовые акты [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов направления 080100.62 «Экономика» профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» всех форм обучения / ФГБОУ ВПО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. бухгалт. учета и аудита. Кемерово, 2012 477с.
3. Овчинникова, Ирина Васильевна. Бухгалтерский (финансовый) учет. Учет внеоборотных и оборотных активов : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080109 "Бухгалт. учет, анализ и аудит" и по направлению подготовки 080100.62 "Экономика", профиль 080101.62 "Бухгалт. учет, анализ и аудит" / И. В. Овчинникова, Е. И. Левина; ФГБОУ ВПО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. бухгалт. учета и аудита Кемерово , 2012. 215 с.

Евдокимова С. С., к.э.н.

доцент

*кафедра «Корпоративных финансов
и банковской деятельности»*

Сидельников Д. А.

студент 4 курса

«Волгоградский государственный университет»

Россия, г. Волгоград

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ

ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация. В статье рассматриваются направления повышения деятельности коммерческого банка. Выделены основные аспекты, требующие повышения их эффективности. Определены факторы, влияющие на корпоративное управление коммерческого банка. Предложены методы и рекомендации для повышения эффективности деятельности банков в российской экономике.

Ключевые слова: Банк, стратегия, направления, повышение

*Evdokimova S.S.,
Cand.Econ.Sci., associate professor
of Department "Corporate Finance and banking"
«Volgograd state University»
Russia, Volgograd
Sidelnikov D. A.,
the 4th year student
«Volgograd state University»
Russia, Volgograd*

STRATEGIC DIRECTIONS OF INCREASE OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF COMMERCIAL BANK

Abstract: *The directions of increase of activity of commercial bank are regarded in the article. The main aspects demanding increase of their efficiency were mentioned. The factors that influence corporate management of a commercial bank are defined. The proposed methods and recommendations for increase of efficiency of activity of banks in the Russian economy are offered.*

Keywords: *bank, strategy, directions, increase of efficiency*

После получения результатов деятельности и выявления финансового состояния банка при необходимости требуется повышать достигнутые показатели. В зависимости от целей банка, в соответствии с которыми принимается решение о его дальнейшем положении в отрасли, банк может выбрать для себя один из вариантов стратегии своего развития.

Таблица 1

Матрица стратегии повышения эффективности деятельности
коммерческого банка [4]

	Неблагоприятное	Нейтральное	Благоприятное
Неблагоприятное	Стратегия консолидации	Сохранение позиций	Следование в фарватере
Нейтральное	Поиск резервов	Сохранение позиций / Следование в фарватере	Стратегия умеренного роста
Благоприятное	Сохранение позиций / Стратегия умеренного роста	Стратегия опережающего роста	Инновационный прорыв

Исходя из предложенных стратегий можно сказать, что основу их формирования с целью повышения эффективности деятельности коммерческого банка составляет методика оценки имеющегося у банка конкурентного потенциала и эффективного его применения, которая позволяет определить внутренние ресурсы реализации стратегий и при необходимости оперативно менять имеющиеся мероприятия в зависимости от рыночной конъюнктуры и возможностей банка⁴.

Также одним из важнейших направлений, которое определяет эффективность деятельности коммерческого банка, является его корпоративное управление. В этой связи эффективность корпоративного управления в коммерческом банке следует понимать как совокупность социально-экономической и операционной эффективности, при помощи которых потенциал банка можно будет направить не только на внутренние интересы банка, но и на социально значимые экономические интересы⁵.

В условиях российской экономики при совершенствовании системы корпоративного управления существует множество направлений по формированию базовых компонентов под влиянием внутренних и внешних факторов. Выявим основные факторы внутренней и внешней среды, оказывающие, на наш взгляд, наибольшее влияние на внутрибанковский менеджмент (табл. 2 и 3).

Таблица 2

Проблемы формирования и повышения эффективности системы корпоративного управления во внутренней среде [3]

Проблема	Российская специфика	Вариант решения
Создание индекса корпоративного управления	Недостаточное выполнение базовых принципов	Разработка и принятие кодекса корпоративного управления
Уничтожение коррупции	Высокий уровень коррупции	Построение системы борьбы
Построение структуры распределения обязанностей	Слабое воздействие между структурами банка	Формирование комитетов
Построение системы стратегического управления	Нестабильная экономическая ситуация	Разработка четкой стратегии банка
Создание адекватной системы управления рисками	Высокие риски кредитования реального сектора	Консолидированное управление рисками, диверсификация портфеля
Автоматизация управленческой деятельности	Недостаточное внедрение подобных продуктов	Внедрение новых технологий
Построение системы	Смещение функций	Разделение данных служб

⁴ Левин, С.А. Стратегия повышения эффективности деятельности регионального коммерческого банка.: автореферат. дис....канд. экон. наук / С.А.Левин; СГСЭУ. – Саратов, 2010. – С.14-15.

⁵ Матвеев, Ю.А. Критерии эффективности системы корпоративного управления в коммерческих банках / Ю.А.Матвеев // Банковское дело. – 2013. - № 11. – С.36.

Проблема	Российская специфика	Вариант решения
внутреннего контроля	внутреннего контроля и аудита	

На основании таблицы 2 можно сделать вывод о том, что элементы внутренней среды корпоративного управления обладают высокой взаимозависимостью и связанностью, поэтому для успешного решения проблем необходимо качественное улучшение всех выше описанных факторов в совокупности.

Таблица 3

Проблемы формирования и повышения эффективности системы корпоративного управления внешней среды [3]

Проблема	Российская специфика	Вариант решения
Слабая развитость инфраструктуры	Неэффективное размещение ресурсов	Совершенствование системы страхования вкладов
Дублирования система отчетности	Высокий уровень финансовых и временных затрат	Унификация правил национальной отчетности
Финансовая устойчивость	Нерациональность действий	Совершенствование методики расчета собственных средств
Низкий уровень транспарентности	Непрозрачная структура собственности	Развитие института кураторов
Низкий уровень информированности	Слабый уровень сотрудничества с международными организациями	Образовательные мероприятия банковских союзов
Отсутствие стандартизации процессов управления	Высокий уровень субъективности	Использование международной практики с учетом собственной специфики

Формирование качественной внешней среды корпоративного управления является весомым показателем для привлечения иностранных инвесторов, что дает дополнительные возможности совершенствования системы. Таблица 3 отчетливо показывает аспекты, требующие улучшения, которые зависят от совместной деятельности национальных органов и организаций различных уровней и масштабов.

Построение эффективной системы корпоративного управления позволит коммерческому банку решить возникшие противоречия и конфликты интересов внутри организации, а также повысить уровень доверия внешних участников, таких как национальных органов регулирования, международных сообществ.

Еще один из распространенных способов повышения уровня эффективности - качественное управление активами и пассивами банка определяют возможность получения прибыли. Поэтому нужно постоянно

⁶ Горшенина, Е.В. Совершенствование среды корпоративного управления коммерческого банка / Е.В.Горшенина // РИСК. – 2011.- № 4. С.634-636.

совершенствовать эти показатели.

Выделяют два метода улучшения активов. Первый - снятие некачественных активов (подразумевает списание активов из баланса или продажу третьим заинтересованным лицам). Как правило, такой актив продают по номинальной цене. Также активы можно продавать на рынке долговых обязательств, что в последнее время широко применяется на практике. Списание активов является невыгодным методом, так как ведет к финансовым потерям и снижению собственных средств. Поэтому часто используют второй способ, а именно, улучшение активов с оставлением их на балансе. Для этого принимают меры, направленные на активизацию усилий банка по получению средств по долгам, то есть снижение дебиторской задолженности, а также получение более существенного обеспечения залогового обязательства.

Основными методами улучшения пассивов следующие⁷:

- снижение затрат на выплату процентов за пользование привлеченными средствами;
- снижение сроков погашения долговых инструментов;
- увеличение банковского капитала;
- снижение собственных расходов.

Самым эффективным способом считается увеличение банковского капитала. Основных источников, имеющихся у коммерческих банков, может быть четыре:

- прибыль, заработанная самим банком;
- помощь учредителей банка;
- привлечение дополнительных заемных средств в виде кредитов;
- проведение дополнительной эмиссии акций.

Последний источник является наиболее эффективной мерой в увеличении капитала. В условиях эмиссии старые держатели акций получают преимущество перед новыми акционерами, так как смогут продать свои акции по договорной цене. Но важно отметить, что акционеры должны не препятствовать капитализации банка, притоку нового капитала.

Как показывает практика, такие способы, как эмиссия акций, увеличение нераспределенной прибыли, формирование резервных фондов, являются выгодны не только самим банкам, но и их партнерам⁸.

В настоящее время, коммерческие банки оказались в очень тяжелом, можно сказать, кризисном положении. Различного рода санкции в купе с внутренними российскими проблемами усугубляют и без того шаткую банковскую систему. Поэтому от выполнения и реализации выше предложенных рекомендаций зависит не только текущее состояние банков, но и последующее развитие всей экономической системы государства. К

⁷ Белоглазова, Г.Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка / Г.Н.Белоглазова. - М.:Юрайт, 2011. - С. 314.

⁸ Тавасиев, А.М. Банковское дело: управление кредитной организацией: учеб. пособие / А.М.Тавасиев. - М.: Дашков и К, 2011. - С. 577-578.

большому сожалению, рассмотренные рекомендации не всегда претворяются в жизнь. Напротив, российская специфика накладывает дополнительный отпечаток, который затрудняет реализацию направлений по повышению эффективности деятельности коммерческих банков. В этой связи дополнительное применение получает такой достаточно распространенный метод как бенчмаркинг. Бенчмаркинг, являясь процессом, включающим в себя «всего лишь» две категории: оценивание и сопоставление, на деле оказывает огромное влияние на деятельность банков. Его главным достоинством является то, что при помощи выявления и систематизации различных данных у банков-конкурентов, появляется возможность создания новых более качественных методов совершенствования управления. Однако в российской практике успешное проведение бенчмаркинга редко осуществимо, так как банки сталкиваются с проблемой недостатка качественной информации.⁹

Итак, вышеперечисленные рекомендации по повышению эффективности деятельности коммерческого банка направлены, прежде всего, на развитие более качественного использования внутренних ресурсов и управления. Однако, на наш взгляд, нельзя при этом забывать и об улучшении внешней деятельности коммерческого банка.

Использованные источники:

1. Ахметов, Л.А. Некоторые вопросы и проблемы применения бенчмаркинга в банковских структурах / Л.А.Ахметов, З.М.Анисимова. – М.: Агентство печати «Наука и образование», 2014. – С.183-185.
2. Белоглазова, Г.Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка / Г.Н.Белоглазова. - М.:Юрайт, 2011. – С. 314.
3. Горшенина, Е.В. Совершенствование среды корпоративного управления коммерческого банка / Е.В.Горшенина // РИСК. – 2011.- № 4. С.634-636.
4. Левин, С.А. Стратегия повышения эффективности деятельности регионального коммерческого банка.: автореферат. дис....канд. экон. наук / С.А.Левин; СГСЭУ. – Саратов, 2010. – С.14-15.
5. Матвеев, Ю.А. Критерии эффективности системы корпоративного управления в коммерческих банках / Ю.А.Матвеев // Банковское дело. – 2013. - № 11. – С.36.
6. Тавасиев, А.М. Банковское дело: управление кредитной организацией: учеб. пособие / А.М.Тавасиев. – М.: Дашков и К, 2011. – С. 577-578.

*Елисеева О.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»
ИСОиП (филиал)ДГТУ в г. Шахты
Россия, г. Шахты*

⁹ Ахметов, Л.А. Некоторые вопросы и проблемы применения бенчмаркинга в банковских структурах / Л.А.Ахметов, З.М.Анисимова. – М.: Агентство печати «Наука и образование», 2014. – С.183-185.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ФИРМ

Аннотация: В статье выявлены специфика разработки программы лояльности туристской фирмы. Представлена примерная программа лояльности для небольшого туристского агентства.

Ключевые слова: лояльность, программа лояльности, туристское агентство, туристы.

На современном этапе развития туризма в России для большинства туристских предприятий становится очень важным исследовать степень удовлетворённости потребителей и постоянно внедрять полученные при этом данные в собственные программы лояльности. Программы лояльности – долгосрочные программы взаимовыгодного сотрудничества между потребителями и турфирмой. Это бизнес-процесс идентификации, поддержания и увеличения «отдачи» от постоянных туристов с использованием интерактивных коммуникационных отношений и формирования эмоциональной взаимосвязи потребителей с брендом и бизнесом.

Значительный интерес к программам лояльности, возникший в последние годы в России, объясняется значительными изменениями в структуре потребительского поведения и связанной с этим проблемой выстраивания долгосрочных отношений с потребителями. Лояльные гости не только обеспечивают значительную прибыль туристских компании, но и могут способствовать привлечению новых потребителей, предлагать пути развития туристской компании и новых продуктов, способствовать совершенствованию её работы.

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена рядом факторов. Во-первых, на туристском рынке сохраняется неустойчивая ситуация из-за банкротства многих крупных туроператоров. Во-вторых, ассортимент услуг, предлагаемых туристскими фирмами, является относительно стандартным. Чаще всего сотрудники туристского агентства оказывают следующие услуги: подбор тура в зависимости от требований туриста, оформление необходимых документов, отправка туриста на отдых. В-третьих, потребители не несут значительных издержек при переключении от одной турфирмы к другой. Именно поэтому, в таких условиях, туристским компаниям важно не только привлечь покупателей, но и суметь построить с ними долгосрочные отношения (покупатель должен совершать повторные покупки).

Малый бизнес сферы туристских услуг в наибольшей степени заинтересован в развитии лояльности своих потребителей, включающей как намерение потребителей продолжать пользоваться услугами туристского агентства, что, по сути, может означать стабильность бизнеса, так и желание рекомендовать эту турфирму своим близким и знакомым, что играет немаловажную роль в росте и развитии компании, для которой ценен каждый потребитель. Ведь именно для малого бизнеса в сфере туристских

услуг крайне сложно найти эффективные пути привлечения новых потребителей, поскольку здесь слишком высокую стоимость и низкую отдачу имеют такие классические инструменты маркетинговых коммуникаций, как телевидение, радио, пресса. Кроме того, качество туристской услуги нельзя понять, не попробовав. Люди давно уже перестали верить тому, что говорится в рекламе в отношении качества, зато они верят отзывам своих друзей и знакомых, которые не будут рекомендовать те услуги, которыми сами остались недовольны. Таким образом, для малого бизнеса в сфере туристских услуг работа по развитию лояльности потребителей значительно перспективней, чем вложения в маркетинговые коммуникации. Большинство маркетологов полагают, что если доля повторных покупок составляет более 60 %, то такой потребитель обязательно является лояльным. Если уровень повторных покупок потребителя меньше этого показателя, то таких клиентов относят к «перебежчикам».

В ходе проведенного исследования поведения потребителей туристских услуг, выделились две группы, поведение которых существенно различается:

1. Первая группа – это туристы, которым важна эмоциональная составляющая покупки, к примеру, возможность личного общения с директором/менеджером, индивидуальный подход при формировании тура и т.д.;
2. Вторая группа – это туристы – «перебежчики», которые при выборе тура ориентируются на ценовую политику и при наличии более выгодного предложения у конкурентов легко переходят к ним.

Для категории «перебежчики» ключевым фактором покупки является скидка на тур. Для данной группы туристов во многих туристских агентствах предлагают дисконтные карты, скидки и бонусы. Но, к сожалению, такие программы лояльности не работают в небольших туристских агентствах. Турагентство обычно закупает пакетные туры у крупного туроператора. И наценка, которую сотрудники турагентства могут сделать на эти туры примерно от 10% до 12%. Поэтому даже если агентство сделает такую скидку, значит дохода у него не будет. К тому же именно за счет комиссии турфирмы платят зарплату менеджерам, аренду и т. д. Для эффективной деятельности турагентство может дать потребителю максимальную скидку от 2 до 3%.

Если предположить, что потенциальный потребитель приходит покупать пакетный тур за 40000 рублей, то он получает бонусов на 800-1000 рублей. А на следующий год он планирует поехать с семьей в Таиланд и осознает, что планируемый тур будет стоить более 100 тысяч рублей. Поэтому мизерная скидка в размере одной тысячи рублей не сможет сыграть решающую роль при принятии решения, в каком турагентстве покупать.

В бизнес-модели типичного турагентства (а точнее – в «наценке») нет никакого «финансового запаса», небольшая туристская фирма не может

сделать достойную скидку, и главный механизм всех этих бонусных историй, когда потребитель видит, какую маленькую скидку ему сделало турагентство, даже не начинает свою работу.

Поэтому такая программа лояльности не эффективна. Иными словами, накопительные дисконтные карты, адресованные потребителям, преследующим преимущественно рациональные мотивы покупки, не действуют. И если на рынке туристских услуг какие-либо молодые и дерзкие компании начинают демпинговать, то такая категория туристов, как «перебежчики» переходят к конкурентам.

Поэтому в небольших туристских агентствах необходимо разработать программу лояльности по главному критерию – она должна нести ценность для туриста. Основная ценность такой программа лояльности должна быть не в «предоставлении скидок и бонусов», а в «привилегированном доступе» и чувстве «сопричастности».

Лояльность туриста достигается при условии выполнения ряда условий, потребитель должен:

- иметь устойчивое предпочтение данного турагентства всем остальным туристским фирмам;
- иметь желание совершить повторную покупку и в дальнейшем продолжать приобретать туруслуги данного турагентства;
- должно возникнуть чувство удовлетворенности по отношению к бренду;
- потребитель должен быть нечувствительным к действиям туристских предприятий - конкурентов;
- у потребителя должен преобладать эмоциональный компонент над рациональным.

Проведенное исследование в целях разработки программы мероприятий, направленных на привлечение потребителей и формирование лояльности турфирмы на примере деятельности небольшого туристского агентства позволяет сформулировать следующие выводы:

На данном этапе развития туристского рынка, когда большинство туристских компаний прекратили свое существование, резко снизился выездной поток российских туристов из-за политической и экономической ситуации. Большинство туристских компаний осознают, что на данный момент необходимо удержать постоянного потребителя, используя программы лояльности. Исходя из этих тенденций, было проведено исследование, предметом которого стала возможность повторной покупки туристских услуг и отношение туристов к небольшому туристскому агентству.

В результате опроса выяснилось, что большинство опрошенных являются замужние женщины, в возрасте от 25 до 45 лет, имеющими детей, большинство из них имеют высшее образование, владеют иностранными языками (базовый уровень). Что касается экономического критерия, то

большая часть потребителей определяют его как «можем позволить себе крупные покупки с предварительным накоплением». Анализ поведения респондентов показал, что поводом для путешествий чаще всего является пляжный туризм, на втором месте – экскурсионный туризм, менее популярны шопинг-туры и лечебно-оздоровительный туризм. Ответы на вопрос о стоимости тура показали, что затраты респондентов на тур (на 1 человека) в большинстве составляют от 40 000 до 60 000 рублей. Около половины опрошенных отдыхают со своей семьей, около трети проводят отдых с друзьями, 15% ответивших – сказали, что отдыхают в одиночестве, и лишь 7% отправлялись на отдых группой.

Опираясь на данное исследование, можно разработать программу лояльности для небольшого туристского агентства. Формируя такую программу лояльности, постоянный клиент получит:

- возможность почувствовать свою «исключительность» и «привилегированность»;
- возможность стать частью особенного закрытого сообщества клиентов компании, почувствовать принадлежность к закрытому обществу, объединенному общими интересами, идеями и целями;
- возможность самоидентифицировать себя с этим обществом.

Для этого для туристов – членов программы лояльности постоянно информируют об интересных новых направлениях, делают членам программы лояльности эксклюзивные предложения, проводят для них событийные мероприятия.

Для таких потребителей предлагается организовать клуб постоянных туристов – «Клуб путешественников». Создание данного типа программы – отличной от основных программ лояльности, и основанной не на примитивных скидках, а совсем на других ценностях: возможности получения доступа к эксклюзивным услугам и предложениям компании, а также возможность стать частью закрытого общества – позволяет компании выйти на новый уровень взаимоотношений с потребителями.

Опираясь на полученную информацию, предлагаются следующие мероприятия в рамках реализации программы лояльности клиентов «Клуб путешественников» в туристском агентстве:

1. Для туристов «Клуба путешественников»
 - с информационные встречи об особенностях различных стран;
 - встреча с путешественниками;
 - тренинги для туристов;
 - информационная встреча о новых направлениях, доступных для туристов турагентства;
 - программа отдыха членов клуба путешественников;

2. Для детей будут организованы летние языковые программы «Юные путешественники».

Кроме того, члены клуба получают персональные карты, подтверждающие их членство. А также будет разработана программа

автоматизированного информирования членов клуба о специальных акциях и предложениях компании, основываясь на данных о прошлых покупках, которые хранятся в специальной базе данных туристского агентства.

Возможности и привилегии, которые дают программы лояльности, очевидны, поэтому внедрение программы лояльности «Клуб путешественников» целесообразно и экономически эффективно. Хорошо спланированные и контролируемые программы лояльности туристских предприятий увеличивают выручку за счет лояльных гостей, способствуют успеху турагентства на рынке, а главное, гарантируют стабильность туристского бизнеса.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что программы лояльности – это не разовая акция, а постоянно продолжающийся и непрерывно развивающийся процесс. Самое главное, чтобы в итоге работы таких программ и всех мероприятий по улучшению качества обслуживания, с туристом сложились такие отношения с туристом, ради продолжения которых он остался бы с компанией даже при наличии более выгодного рыночного предложения.

Есина К.С.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ОПРОС В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Аннотация: В статье рассмотрен один из самых распространенных методов сбора социологической информации – метод опроса. В основу написания статьи были положены эмпирические данные, полученные в Дюртюлинском районе в ходе проведения социологического исследования, результаты которого уже нашли практическое применение.

Ключевые слова: социологическое исследование, опрос, анкетирование, объективная информация.

Мир, в котором мы живем, динамичен, и изменения в нем происходят стремительно, причем гораздо стремительнее, чем в любую из предшествующих исторических эпох. Осмысление этих изменений, а также анализ социального опыта, усложняющегося по мере развития общества, и составляет суть социологического знания, которое столь же многогранно и неоднородно, как и само общество. На основании познанных закономерностей, формируются теории и концепции, позволяющие находить способы решения социальных проблем и составлять прогнозы развития общества [1, с. 4].

Метод опроса является самым распространенным методом сбора информации, предусматривающий письменное или устное обращение к респондентам. В социологии 90% всей получаемой информации приходится на этот метод. Опрос, проводимый в письменной форме, называется

анкетированием – это самый распространенный метод сбора информации о человеческой субъективности, т.е. о мыслях и чувствах людей, их мнениях и настроениях, жизненных планах. Опрос про [2, с.18-19].

Многие считают опрос самым простым и доступным методом сбора первичной социологической информации. И в этом утверждении есть значительная доля истины. Оперативность, простота, экономичность этого метода делают его популярным и приоритетным по сравнению с другими методами социологических исследований. Однако эта простота и доступность нередко являются кажущимися. Вся проблема состоит не в проведении опроса как такового, а в получении его качественных данных. Для этого необходимы определенные условия, соблюдение определенных требований. Соблюдение указанных требований и их значимость во многом предопределяются видами опросов. Различают два основных вида опроса: анкетирование и интервью, каждый из которых имеет свои разновидности [2, с.68-70].

Рассмотрим пример осуществления социологического опроса.

Во время прохождения практики с 23 июня по 6 июля 2014 года в МУ Управлении сельского хозяйства Администрации муниципального района Дюртюлинского района РБ был проведен опрос населения района возраста от 20 до 25 лет об эффективности деятельности местных органов Дюртюлинского района (рисунок 1). Опрос был создан с помощью конструктора тестов Online Test Pad [3]. Для проведения этого опроса были представлены следующие критерии оценки:

1. Деятельность Администрации в сфере здравоохранения;
2. Транспортные услуги;
3. ЖКХ;
4. Образование;
5. Охрана окружающей среды;
6. Культурно-массовые мероприятия



Рисунок 1 Оценка эффективности деятельности Администрации муниципального района Дюртюлинского района Республики Башкортостан
 Результаты опроса были представлены заместителю главы администрации и приняты на рассмотрение.

Сегодня в Дюртюлинском районе строятся новые жилые дома, молодежные центры, был произведен ремонт дорог, также планируют строить новую детскую поликлинику.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время данный метод популярен и приоритетен по сравнению с другими методами социологических исследований, так как особенности метода социологического опроса заключается в оперативности, простоте и экономичности, а также данный метод позволяет получить относительно дешевую и объективную информацию.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Практикум по социологии /Ф.А. Игебаева. – Уфа: Башкирский ГАУ, 2012. – 128с.
2. Игебаева Ф.А. Социология: Учебное пособие – М.: ИНФРА-М, 2012. – 236с.
3. Волков Ю.Г. Социология: учебник. – М.: КНОРУС, 2011. – С.320.
4. Сайт Online Test Pad [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://onlinetestpad.com/ru-ru/Default.aspx>

Жакупов Д.Т.

магистрант

кафедра Переводческого Дела

АО Университет КазГЮУ

Республика Казахстан, г. Астана

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЯЗЫК И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Аннотация

В данной статье рассмотрен политический язык с точки зрения лингвистики и психолингвистики, проанализированы его характерные особенности и способы толкования того или иного типа политической речи. Практическое применение данной статьи заключается в том, что данный материал является теоретической помощью переводчику при работе с политическими текстами или речами.

Ключевые слова: политический язык, политический дискурс, убеждение, аргументация,

Key words: political language, political discourse, persuasion, argumentation

Политический и дипломатический языки принадлежат к категории специальных языков, они используются в социальных науках. В этом качестве они тесно связаны с историей политической мысли. Оба - в качестве технических языков - находятся в тесном контакте с риторикой, поскольку эти специальные языки можно считать терминологическим ядром многих разговорных жанров. Масштабы и цель политического языка отличаются от дипломатического. И если язык дипломатов в основном используется в качестве протокола официальных мероприятий и церемоний,

то политический язык закладывает в себе исторические события, персонажей и социально значимые явления в истории, а также недавние события, социальная значимость которых признается современниками [1, 97]. Как таковой, политический язык подходит для записи данных и фактов (например, освещение важных правовых и территориальных изменений и политических событий в мире, войн, договоров и т.д.). Терминология политического языка относится к специальному языку политической философии, поскольку эта терминология помогает сформулировать наиболее общие вопросы, касающиеся отношений между личностью и обществом [1, 130]. Тем не менее, имеет место связь с политической теорией, поскольку политическая терминология используется для того, чтобы сформулировать описательные теории политических явлений (такие как социальная критика, принципы справедливости, права и т.д.). Описание политических идей (доктрины, идеологии и политические программы, политические цели) также является важным доменом для проявления политического языка. Язык дипломатии достаточно тесно связан с языком политики, и также является интересным сегментом связи между различными государствами. На самом деле, это язык международных отношений, и его характер связан с функцией, которую он выполняет на международной арене.

Политическая коммуникация между различными странами, как правило, требует использования двух или более языков и, следовательно, языки, используемые на дипломатической арене, находятся в постоянном контакте [2, 77]. К этому мы относим: двусторонние отношения, отношения с третьими странами и международными организациями, международные форумы и глобально важные неполитические события.

Для того, чтобы определить характер терминологии политического языка, необходимо исследовать ядро политических текстов. Предметом политического текста может быть: убеждение, аргументация, обман или даже принуждение, все это требует определенного употребления языка. Цель подобной речи, это попытка убедить аудиторию согласиться с идеей или мнением, которое продвигает оратор [2, 122]. Один из способов создания эффективной убедительной речи, это использование аргументов к решению какой-либо проблемы. В данном случае, главная задача выступающего это убеждение аудитории в том, что конкретная проблема очень важна для них, после этого необходимо убедить аудиторию в том, что у выступающего есть решение этой проблемы. Убедительные речи можно встретить во многих формах, таких как коммерческие передачи, дебаты и политические процессы. В подобных речах используются эмоциональные и/или логические призывы.

Такие факторы, как язык тела, готовность аудитории, и окружающая обстановка, в которой выступает оратор, все это влияет на успех убедительной речи.

Успешное убеждение требует искусства аргументации. Политический аргумент является примером логической аргументации применительно к

политике. Политические аргументы используются учеными, СМИ, кандидатами на политические посты и в правительство, а также должностными лицами. Аргументацию следует отличать от пропаганды, в которой мало или вообще отсутствует структура или рациональность[3, 25]. Достоверный тип аргумента является аргументом на основе вероятности, которая опирается на наблюдения, опыт или выявление того, что большинство считает приемлемым и правдивым. Вероятно, наиболее важные аргументы это те, что полагаются на данные: факты, статистику, результаты исследований, краткие отчеты или ссылки на авторитетное мнение/издание.

Дискурс политических наук выступает как профессиональный язык. Тем не менее, политическая речь не может рассматриваться в отрыве от разных тесно связанных политических дискурсов[4, 160]. Проблемы, связанные с лингвистическими аспектами политики появляются в тот момент, когда предварительная идея стоит о роли языка в политике, и когда язык становится актуальным вопросом с точки зрения политических областей. Политическая терминология имеет следующие функции[4, 188]:

- Экспрессивная функция. Она выражает цели, которые коренятся в настоящей сфере политики;
- Объективная функция. Она имеет объективную причину, влияющую на мышление, чувства, и таким образом и действия людей;
- Символическая функция. Это мысли и чувства выраженные политическими символами.

Согласно символическому подходу, символическая политика относится к отдельной области политики (от реальных и актуальных политических вопросов). В использовании обычного языка, символическая политика может публично отображать обман или действие, которое используется для отвлечения от политической действительности. В этом смысле символическая политика рассматривается в качестве замены настоящей политики. Например, политические знаки (термины и лозунги, значки, баннеры и изображения, жесты, ритуальные акты и политические постановки). Анализ политических выступлений, с точки зрения теории коммуникации, доходит до определенной параллели с профессионализацией политики. В политической коммуникации, широко стоит вопрос об отношениях между политикой и гражданами, а также способов коммуникации, которые соединяют эти группы друг с другом[5, 27]. Эта теория описывает политический язык как категорию человеческого поведения, которая равна другим политическими действиям и стала (в связи с развитием коммуникационных технологий и средств массовой информации) возможно наиболее важной формой политического действия. Сам язык является одновременно инструментом и объектом действия[6, 77]. Основной вопрос в том, как другие политические действия могут быть усилены за счет эффективности коммуникации. Очевидно, что все политические действия интересны для исследования, поскольку они играют важную роль в коммуникации. Как результат, становится ясно, что анализ

политической коммуникации относится не только к лингвистическим инструментам или содержанию, но и к стратегии, используемой для достижения позиции силы.

Использованные источники:

1. Klaudy, K. 2003. Languages in Translation: Lectures on the Theory, Teaching and Practice of Translation. Budapest: Scholastica, 97-130.
2. Newmark, P. 1988. A Textbook of Translation. Hertfordshire: Prentice Hall, 122.
3. Reiss, K. 1995. Text Type Translation and Translation Assessment. In Chesterman, A. (ed.), Reading in Translation Theory, 25. Helsinki: FinnLectura.
4. Shuttleworth, M. 2006. Dictionary of Translation Studies, 160-188. St. Jerome.
5. Fishman, J.A. 2001. Advances in the Sociology of the Language II, 27. Mouton.
6. Hoad, T.F. 2003. The Concise Oxford Dictionary of English Etymology, 77. Oxford University Press.

*Жалғас А.С.
студент 4 курса
Евразийский национальный
Университет им. Л.Н. Гумилева
Казахстан, г. Астана*

ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ЗАМАНАУИ ЖАҒДАЙЫ

Көптеген адамдар қонақ үйлерді қонақжайлылық индустриясы деп ойлайды, алайда қонақ үйлер бұл индустриясының тек бір секторы болып табылады. Тасымалдау, тамақтандыру және экскурсия сияқты туристерді қанағаттандыру нысандарының көптеген түрлері осы әлемнің бір бөлігі. Қонақ үй индустриясы және туризм саласы көрсетілетін қызметтерді өндіруде бастаушы салалардың бірі болып отыр.

Негізгі сөздер: Туризм, индустрия, менеджмент, броньдау, инвестиция, инновация.

Most people think that hotels alone belong to the hospitality industry, but hotels are only one sector of this industry. Many forms of transportation, nutrition and excursion that cater to tourists are also part of this business world. Industry of hospitality influences in infrastructure of the region, customers market and other economical developments. Hospitality and tourism sphere play an important role in different producing services.

Туризм индустриясы мен қонақжайлылық қызмет көрсету нарығының басты бөлігін құраушы, жоғары рентабельді және қарқынды дамушы бизнес сферасы болып табылады. Туризм бойынша Бүкіләлемдік ұйым (ЮНВТО) болжамы бойынша 2020 жылға дейін халықаралық туризмнің өсу қарқыны 3,8%-ға дейін көтерілуі қажет. Туризм индустриясының болжамын қарастырғаннан кейін, қонақ үй бизнесінің қазіргі таңдағы жағдайы туралы айта кетсек.[1]

Қонақжайлылық индустриясының қазіргі даму тенденцияларын келесідей реттілікпен бөліп қарастыруға болады:

- қонақ үй қызметін мамандандыру мен әртараптандыруды тереңдету;
- көлеміне байланысты маңызды корпоративті формалардың пайда болуы- трансұлттық компаниялар болып қалыптасатын қонақ үйлік тізбек;
- басқару жүйесі, технологиялық қамтамасыз етулер мен маркетингті қонақжайлылық индустриясында кеңінен қолдану;
- қонақ үй капиталын экономиканың қаржы, қауіпсіздік, құрылыс, транспорт және де басқа салаларының капиталымен біріктіру;
- ұйымда ғылыми менеджментті дұрыс қолдану;
- нарықтың нақты сегментіне бағытталған шағын қонақ үй кәсіпорындары желісін дамыту.

Қазіргі қонақ үй сферасында ақпараттық электронды басқару жүйесі мен орындарға алдын ала резерв жасау кеңінен қолданылады. Қонақ үй сферасын автоматтау мен ақпараттық қамтамасыз етуге қажетті техникалық әдістердің арқасында мамандандырылған еңбек дәрежесі артты, персоналдар арасында ақпараттық басқаруды жүргізе алатын операторлар, программисттер және портье-операторлар саны көбеюде.

Тармақталған кәсіпорындар желісі бар ірі қонақ үй корпорациялары глобальді жүйеге біріктірілген орындарды броньдаудың бірыңғай жүйесін қолданылады. Осы жүйеден ғаламтор келесідей танымал жүйелердің ерекшелейді: "Amadeus", "Worldspan", "Galileo", "Sabre", "Fedelio Hotel Bank". Осындай жақсы құрастырылған, жан-жақты қамтылған жүйелер бойынша қызмет атқару қонақжайлылық индустриясының ақпараттық технологиядан алыс еместігін дәлелдейді. [2]

Соңғы онжылдықтағы қонақ үй индустриясының басты тенденциясы, әсіресе АҚШ пен Канада мемлекеттеріндегі ірі қонақ үй корпорацияларының тенденциясы, жылжымайтын мүлікті инвестициялауға бағытталады. Осы қаржыландыру түрінің енуіне байланысты қонақ үй иелерінің жаға түрлері қалыптасты, яғни олар ылғи пайда әкеліп отыратын жылжымайтын мүлік иелері болып табылады. Осындай басқару формасының ықпалымен қонақ үй сферасында екі түрлі мамандандырылу пайда болды: біріншісі- тұтынушыларды максималды қанағаттандыру бағытындағы тұрақты әрі ұзақ мерзімді перспектива; екіншісі – инвестиция жасаудағы қаржылық қызығушылықтар. Инвестициялаудың қонақ үй бизнесіне келіп жетуі 20 ғасырдың 90 жылдарындағы «REIT» жылжымайтын мүлікті инвестициялау қорының қалыптасумен тығыз байланысты. Осы қор негізінде көптеген

жылжымайтын мүлік объектілері қонақ үй бизнесін тұрақты түрде жүргізудің бастамасы болды. [3]

Қонақжайлылық және туризм индустриясын дамыту мақсатында қазіргі таңда көптеген іс-шаралар жүргізіліп, ұйымдастырылуда. Олардың бірі - жыл сайын Мадрид қаласында өтетін FITUR халықаралық көрмесі, ол әлемдегі ірі туристік іс-шаралардың алдыңғысы болып табылады. Соңғы болып өткен 2015 жылғы көрмеде 20-ға жуық елдің туристік компаниялары жиналған. Ал келушілер саны 100 мемлекеттен 225000 адам келіп тамашалаған. Ал 2016 жылғы көрмеде 165 ел, 9500 ұйым мен компаниялар, 125000 маман және 97000 келуші тіркелген. [4]

Бұл ұйымның басты қызметі- әр жыл сайын ашылған жаңа ұйымдар мен туризм саласын дамытушы компанияларды тұтынушыларға таныстырудың ең оптимальді нұсқасы болу. Яғни осы көрме арқылы келушілер біріншіден туризм саласының барлық бағыттарының заманауи жағдайымен таныса алады, екіншіден осы танымдық мақсат бойынша туристік сапар жасайды.

Осы жоғарыда айтылған жалпы қонақ үй бизнесінің заманауи жағдайын сипаттайтын тізбек қазіргі қонақжайлылық индустриясының жоғары дәрежеде дамып келе жатқанын көрсетеді. Инновациялық-ақпараттық технологиялар, арнайы танымдық мақсатта ұйымдастырылатын іс-шаралар және бизнесті дамыту үшін жасалынып жатқан кәсіпкерлердің жаңаланған қызметтері қонақ үй бизнесінің болашағы зор екеніне дәлел бола алады.

Использованные источники:

1. <http://media.unwto.org>
2. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. М. Приор: 2011.
3. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: избранные труды. В 5 т. Т. 3. Новые цели и функции туризма: экономика и управление. - М.: Финансы и статистика, 2006.
4. <http://www.ifema.es>

*Жеентаева Ж.К.
ст.преподаватель
ОшГУ*

Кыргызская Республика, г. Ош

ЭКОЛОГО-ФАУНИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГЕЛЬМИНТОВ ЧЕЛОВЕКА, ВСТРЕЧАЕМЫХ В АЛАЙСКОМ РАЙОНЕ ОШСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье отражена статистика обследования населения Алайского района на наличие паразитов пищеварительной системы. Дан анализ материалов, обследованных на зараженность паразитами, указаны причины распространения гельминтов среди населения Алайского района

The article reflects population statistics survey the Alai district on the

parasites of the digestive system. The analysis of the materials tested for infection with parasites, stated the reasons for spread of worms in the population of Alay district.

Ключевые слова: паразиты, гельминты, аскарида, острица, карликовый цепень, эхинококк.

Keywords: parasites, helminths, ascaris, pinworm, dwarf tapeworm, echinococcus.

Гельминтозы остаются наиболее массовыми проблемными заболеваниями, несмотря на профилактические и лечебные меры, предпринимаемые специалистами биологических и медицинских направлений науки и практики.

Качество жизни во многом определяется здоровьем населения. Нельзя говорить о высоком качестве жизни той или иной общности людей, если у них низкий уровень здоровья. Проблемы качества здоровья населения глубоко волнуют ученых во всем мире [1].

Изменение качества здоровья - процесс не изолированный, а зависящий от поступательного развития человечества. Поэтому в основе классификации популяционного здоровья лежит выделение социально-исторических типов здоровья, которые тесно связаны с этапами становления человечества [2, 3].

Паразиты экологически пластичны, а человек восприимчив в различной степени к большому числу различных инвазионных агентов – видов, для которых естественными резервуарами служат животные. Дополнительные опасности для людей появляются тогда, когда дикие или домашние животные находятся в контакте с человеком, либо человек попадает в природный очаг инвазии. Этот, как правило, природный очаг может быть определен как большая или меньшая часть территорий, состоящая из развившихся в течение длительной эволюции биоценозов, где паразиты циркулируют как компоненты биоценоза и могут поражать человека и домашних и диких животных. Природная очаговость четко ограничена географически, климатически, экологически и тесно связана с характером местной фауны [4].

Однако на современном этапе паразитарные болезни имеют самое широкое распространение. Ежегодно в республике регистрируются от 296812 до 681056 случаев инвазионных заболеваний. Это означает, что в нашей республике ежегодно каждый 8-ой человек переносил ту или иную паразитарную болезнь и каждый шестой ребенок в возрасте до 14 лет становится жертвой гельминтов [5]. Поэтому изучение проблем паразитарных болезней, распространенных среди населения Кыргызской Республики, в том числе Ошской области имеет немаловажное значение.

С этой целью с 2005 по 2014 года нами, совместно с паразитологической лабораторией ЦГСЭН Алайского района, были проведены исследования на определение фауны эндопаразитов человека среди населения (популяции) Алайского района. На наличие паразитов

пищеварительной системы были обследованы 7146 человек района: рабочие, домохозяйки, безработные, пенсионеры, школьники, дети дошкольных учреждений, не обучающиеся.

Материалом для лабораторной диагностики служили фекалии и мазки с перианальных складок промежности обследованных. Определили виды паразитов обнаруженных в мазках фекалий и с перианальных складок яиц (карликовый цепень, аскарид, остриц), а для диагностики эхинококка использовались непрямые иммунологические реакции.

При обследовании на наличие паразитов пищеварительной системы 7146 человек, т.е. 23,1% оказались зараженными четырьмя видами паразитов, в том числе аскаридой - 10,6%, острицей - 11,0%, карликовым цепнем – 0,6%, эхинококком – 1,4%. Как показывает таблица 1, индекс зараженности обследованных составил: аскаридой – 44,8%, острицей – 46,6%, карликовым цепнем – 0,6%, эхинококком – 1,4%. По возрастной структуре зараженных паразитами полостных органов оказались: взрослые – 13%, школьники – 29,7%, дети дошкольных учреждений – 6,2%.

Название гельминта	Общ. кол-во зараж.	Зараженность по половому и возрастному составу								
		муж	жен	раб	д/х	б/р	пен	Школ	детс ад	необ уч
Аскарида	754	370	384	44	16	7		470	103	114
Острица	784	423	361		3	5		534	164	78
Карликовый цепень	46	22	24			3		29	12	2
эхинококк	99	49	50	9	32	27	18	12	1	
Всего	1683	864	819	53	51	42	18	1045	280	194

Таблица 1.

По половому составу зараженных мужчины составили 51,3%, женщины - 48,7%. Зараженные аскаридой, острицей, карликовым цепнем и эхинококком оказались соответственно мужчины - 42,8%, 48,5%, 2,5% и 5,6%, женщины – 46,8%, 44,1%, 2,9% и 6,1%.

По контингентному составу зараженными оказались домохозяйки – 3,0%, не обучающиеся – 11,5%, дети дошкольных учреждений – 16,6%, школьники – 62,1%, безработные – 2,5%, рабочие - 3,1% и пенсионеры – 1,1%. Зараженные аскаридой, острицей, карликовым цепнем и эхинококком составили соответственно не обучающиеся – 6,8% , 4,6%, 0,1% и 0,0%, дети дошкольных учреждений – 6,1%, 9,7%, 0,7% и 0,06%, школьники – 27,9%, 31,7%, 1,7% и 0,7%, безработные – 0,4%, 0,3%, 0,2% и 1,6%, домохозяйки - 0,95%, 0,2%, 0,0% и 1,9%, рабочие – 2,6%, 0,0%, 0,0% и 0,5% и пенсионеры – обнаружен эхинококк у восемнадцати пенсионеров т.е. 1,1 %. При проведении ежегодного анализа обследованных на зараженность паразитами полостных органов отмечено, что рост процента зараженных наблюдался аскаридой и острицей в 2008 году показывает самый максимальный показатель (22,4% и 25,6%), в 2014 году эхинококк являются доминирующим (22,0%), в 2006 году больше встречается карликовым

цепнем (21,7%).

Также отмечено, что широко распространенными паразитами среди популяции Алайского района являются острица, аскарида, эхинококк и карликовый цепень. Наблюдается тенденция частого заражения острицей - школьников (68,1%), дети дошкольных учреждений (20,9%), аскаридой - школьников (62,3%), не обучающихся (15,1%) и дети дошкольных учреждений (13,6%), карликовым цепнем - школьников (63,0%), дети дошкольных учреждений (26,1%). Среди зараженных паразитами больше представителей мужского пола, чем женского. Эхинококк в Алайской популяции обнаружен только у домохозяек (32,3%) и безработных (27,2%).

При обследовании паразитов у одного обследованного в мазках фекалий одновременно обнаружены яйца карликового цепня и аскариды, острицы. Это, по-видимому, доказательство тому, что человек может одновременно заразиться несколькими паразитами.

Причины такого явления могут быть связаны с возрастом, профессией и несоблюдением личной гигиены. Также заражение может осуществляться через мух, так как перенос яиц гельминтов осуществляется мухами механически на продукты питания, игрушки и предметы обихода. Высокий процент зараженности обследованных, возможно показывают полную зависимость паразита от жизнедеятельности хозяина. При этом паразит нередко вызывает такие реакции хозяина, которые обеспечивают максимальную вероятность заражения последнего.

Таким образом, рассмотренные в нашей статье проблемы имеют большое теоретико-практическое значение и помогает решить ряд практических задач:

1) детальное изучение всех факторов риска при анализе причин изменения уровня здоровья и разработка мер профилактики;

2) обязательный учет местных природных, эколого-гигиенических и социально-экономических особенностей жизни населения при ухудшении уровня его здоровья;

3) планирование социально – гигиенических мероприятий по улучшению качества общественного здоровья необходимо проводить с учетом постепенного изменения качества популяционного здоровья;

Использованные источники:

1. Венедиктов Д.Д. Общественное здоровье: Пути оценки и прогнозирования // *Общественные науки и здравоохранение.* – М.: Наука, 1987. - С. 7-14.
2. Авцын А.П. Введение в географическую патологию. – М.: Медицина, 1972. - С. 43-47.
3. Прохоров Б.Б. Экология человека. – М., 2005. - С. 81-94
4. Горохов В.В., Успенский А.В., Малышева Н.С., Самофалова Н.А., Малышева Е.В., Власов Е.А., Гладких К.А. Паразитарные зоонозы: состояние проблемы. – М., 2002.
5. Тойгомбаева В.С., Глиненко В.М., Байызбекова Д.А., Карагулова С.Т.

Закиров И.И.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Аннотация: *Вербальная коммуникация является ключевым элементом человеческого общения. Владение речью сегодня – важнейшая профессиональная составляющая делового человека.*

Ключевые слова: *вербальная коммуникация, речь, функции речи, устная речь, письменная речь, слушание, коммуникативная компетентность.*

Человек – «существо социальное». Это означает, что он живет среди людей и осуществляет свою жизнедеятельность (достигает целей, удовлетворяет потребности, трудится) не иначе как через взаимодействие, общение с другими людьми – общение контактное, опосредованное или воображаемое.

Общение является атрибутивным свойством человека, основным способом его жизнедеятельности в обществе. А для делового человека искусство общения представляет собой важнейшее профессиональное качество, так как коммуникация выступает главным средством реализации задач управления, бизнеса. Поэтому овладение искусством делового общения необходимо для каждого человека независимо от того, каким видом деятельности он занимается или будет заниматься. Но особенно важно умение общаться для деловых людей: предпринимателей, экономистов, менеджеров, людей, занятых в сфере управления.

Выделяют два вида общения – вербальное и невербальное. Они тесно переплетены и дополняют друг друга.

Для передачи любой информации используются вербальные (выраженные словами) знаки и невербальные (мимика, пантомимика, жестикация, дистанцирование, интонирование и т.д.). Поэтому тот, кто хочет достичь успеха в деловом общении, успешно продвигаться по карьерной лестнице, должен овладеть определенными знаниями и навыками в области деловых коммуникаций. От взаимопонимания будут зависеть не только эффективность работы с другими людьми, но и карьера специалиста, его реноме и профессиональный имидж.

Вербальная коммуникация осуществляется при помощи речи и языка. Не случайно нашу эру называют эрой «говорящего человека». Как считают специалисты в области менеджмента, современному деловому человеку в день приходится произносить примерно 30 тысяч слов, или более 3 тысяч слов в час [1, с.85].

Язык как знаковая система является оптимальным средством выражения человеческого мышления и средством общения. Система языка

находит свою реализацию в речи, т.е. язык присутствует в нас постоянно в состоянии возможности. Термин «речь» используется в двух значениях. Во-первых, речью называется один из видов коммуникативной деятельности человека: использование языка для общения с другими людьми. В этом смысле речь – это конкретная деятельность человека, выражающаяся либо в устной, либо в письменной форме. Во-вторых, речью называется результат деятельности в зависимости от условий и целей коммуникации (деловая речь, официальная речь и т.д.).

Отличия речи от языка состоят в следующем. Во-первых, речь конкретна, неповторима, актуальна, разворачивается во времени, реализуется в пространстве. Во-вторых, речь активна, в отличие от языка менее консервативна, более динамична, подвижна. В-третьих, речь отражает опыт говорящего человека, обусловлена контекстом и ситуацией, вариативна, может быть спонтанна и неупорядочена.

Каждое высказывание в процессе коммуникации выполняет ту или иную функцию (установление контакта, привлечение внимания, передача информации и др.). Частные функции конкретных высказываний могут быть объединены в более общие, которые и называются функциями речи. Обычно выделяют следующие функции речи:

- Коммуникативную, или репрезентативную (репрезентация – представление, изображение), которая является доминирующей;
- Аппелятивная (апелляция – призыв, обращение, т. е. воздействие), которая грамматически выражается в основном в повелительном наклонении и звательной форме;
- Экспрессивная – выражение выразительности речи;
- Фатическая, т.е. контактоустанавливающая. Затрагивает область речевого этикета и осуществляется посредством обмена ритуальными формулами;
- Метаязыковая, т.е. функция толкования, когда говорящему или слушающему необходимо проверить, пользуются ли они при общении одним и тем же кодом;
- Волюнтаривная, т. е. функция волеизъявления [2, с.156].

Вербальное общение является наиболее исследованной разновидностью человеческой коммуникации. Кроме этого, это наиболее универсальный способ передачи мысли. На вербальный человеческий язык можно «перевести» сообщение, созданное с помощью любой другой знаковой системы. Например, сигнал красный свет переводится как «проезд закрыт», «остановитесь»; поднятый вверх палец, прикрытый ладонью другой руки, как «прошу дополнительную минуту перерыва» в спортивных состязаниях и т.п.

То, как мы говорим, дает представление другому коммуниканту (т.е. «собеседнику»), о том, кем мы являемся. Можно переформулировать известную поговорку: Скажи мне, и я скажу, кто ты.

Используя речь, мы можем признавать социальный статус

собеседника, либо не признавать его.

Важнейшее требование к вербальному общению – это ясность содержания, изложение мысли таким образом, чтобы вас могли понять. Надо признать, что это не всегда просто: мало кто умеет излагать свои мысли четко и ясно, сразу формулируя главное, что он (или она) хочет сказать. А в это же время, когда один человек говорит неясно, другой (обычным образом) слушает его невнимательно, отвлекаясь, думая о своем или понимая его сквозь призму своих эмоций и предубеждений...

Очень важная характеристика вербальной информации – ценность. Под ценностью понимается новая информация, получаемая от реализации информативности, содержащейся в языковом знаке. Ценность информации содержательного характера определяется ее новизной и неожиданностью.

Источником информации в вербальной коммуникации выступает говорящий или пишущий субъект.

Вербальная коммуникация подразделяется:

- Устно-речевые средства коммуникации;
- Письменно-речевая коммуникация;
- Слушание.

Устная речь: это речь звучащая, в ней используются система фонетических средств выражения; она создается в процессе говорения; для нее характерны словесная импровизация и некоторые языковые особенности (свобода в выборе лексики, использование простых предложений, употребление побудительных, вопросительных, восклицательных предложений, повторы, незаконченность выражения мысли).

Письменная речь: это речь, графически закреплённая; она может быть заранее обдуманна и исправлена; для нее характерны некоторые языковые особенности (преобладание книжной лексики, наличие сложноподчиненных предложений, строгое соблюдение языковых норм, отсутствие внеязыковых элементов).

Слушание – одно из самых сложных коммуникативных явлений, непосредственно относящихся к культуре общения.

В заключение отметим, что, тот, кто хочет достичь успеха в деловом общении, успешно продвигаться по карьерной лестнице, должен овладеть определенными знаниями и навыками в области культуры речи и делового общения, поскольку речь – лучший паспорт человека. От взаимопонимания будут зависеть результаты совместной работы, ее эффективность [3, с.124].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Деловые коммуникации в формировании коммуникативной компетентности современного специалиста агроуниверситета. // Репликация культуры общества в контексте профессионального образования. Книга 2. Коллективная монография. – Георгиевск: Георгиевский технический институт, 2013. – С.78 – 113.
2. Горанчук В.В. Психология делового общения и управленческих воздействий – СПб.:Издательский Дом «Нева»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС

Инвест», 2003. – 288 с.

3. Игебаева Ф.А. Коммуникативная компетентность как важнейшее профессиональное качество. //Современное государство: проблемы социально-экономического развития. Сб. статей II Международной научно-практической конференции. – Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2013. – С.122 – 124.

Закирова С.И.

магистр

Фищенко Р.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ И ПРИЕМЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные виды и классификации коммуникативных барьеров, которые возникают или присутствуют в жизни каждого человека. На основе исследования автором предлагается различные приемы, способствующие преодолению барьеров и повышению эффективности общения.

Ключевые слова: общение, барьеры общения, коммуникативные барьеры, коммуникатор, реципиент.

В последнее время, большое внимание специалистов привлекает проблема трудностей межличностного общения. Каждый день проходит в тесном контакте людей между собой. Мы ходим на работу, на учебу, на какие-либо кружки или занятия, приходим домой. И в каждой из этих сфер мы общаемся друг с другом. Отсюда вытекает актуальность изучения барьеров, возникающих при общении. Ведь в случае возникновения такого барьера информация теряет изначальный смысл, искажается, или же вообще не поступает к нам. Именно из-за этих барьеров мы отдаляемся друг от друга, перестаем понимать друг друга, доверять, возникают конфликты и, в конечном итоге, снижается эффективность процесса общения.

Барьеры общения – это психологический феномен, возникающий в ходе общения коммуникатора и реципиента. Речь идёт о возникновении чувства неприязни, недоверия к самому коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию. В психологической литературе существует также синонимичное «барьеру общения» понятие «коммуникативного барьера».

Коммуникативные барьеры – это психологические трудности, возникающие в процессе общения, служащие причиной конфликтов, или препятствующие взаимопониманию или взаимодействию [1, с. 89].

Классификаций барьеров общения множество. В данной статье мы остановимся лишь на типологии А.П.Панфиловой, которая к

коммуникативным барьерам относит:

➤ *Избирательное слушание.* При избирательном слушании человек склонен блокировать новую информацию, особенно в том случае, когда она противоречит сложившимся у него представлениям.

➤ *Компетентность.* Собеседники могут воспринимать одно и то же сообщение по-разному, в зависимости от уровня своей компетентности и предшествующего опыта, что приводит к вариациям в процессах кодирования и декодирования информации. Данный барьер является весьма существенным, так как из-за некомпетентности одного из собеседников общение может разрушиться.

➤ *Достоверность источника.* Достоверность источника означает доверие одного из участников общения словам и действиям другого собеседника. При условии, что один из партнеров в общении доверяет словам другого, у первого будет складываться доброжелательное отношение к своему собеседнику.

➤ *Фильтрация.* Фильтрация является распространенным явлением в восходящем общении, которое относится к манипулированию информацией и воспринимается позитивно.

➤ *Перегрузка общения.* Наше время часто называют эпохой информации или информационной эрой. Люди зачастую отсеивают часть получаемых ими сообщений по причине того, что они не могут своевременно ответить на них и в результате некоторые из сообщений никогда не прочитываются. Также, часто из-за избытка полученной информации на работе или учебе мы просто не хотим уделять время на общение с родными и близкими дома, не отвечаем на звонки друзей, объясняя это все усталостью. Но именно из-за этого позже нам становится все сложнее и сложнее находить общий язык со своими детьми, мужьями, матерями, друзьями.

➤ *Различие статуса.* При наличии у собеседников разного социального статуса могут возникнуть барьеры при общении.

➤ *Давление времени.* Давление времени также может стать серьезным барьером к общению [2, с.262].

Общение с собеседником зависит от нашего поведения, от нашего настроения, от нашего психического и физического здоровья, от нашей культуры речи. И именно от нас зависит то, каким будет исход у нашего контакта с собеседником. Да, существует множество факторов, не зависящих от нас, которые мы не контролируем, но есть и то, над чем нам необходимо работать. Например, сдерживать свои эмоции, когда это необходимо, научиться слушать человека и не перебивать его речь, не заострять все внимание только вокруг своих личных проблем, отказаться от привычки общения при помощи так называемых «ленивых вопросов». Ведь все это мешает нам нормально общаться с нашими друзьями, родственниками, коллегами. Именно из-за этого зачастую происходят конфликты. В настоящее время люди зациклены только на себе, на своей карьере, на своих

интересах. Мы разучились слушать, мы не умеем сопереживать. Мы забываем о том, что кому-то нужна поддержка, в виде разговора «по душам». Мы не сумеем преодолеть барьеры, возникающие при общении, если не начнем работать над собой. А это немаловажная задача каждого человека. Ведь от того, как складываются наши взаимоотношения с другими людьми, во многом зависит продуктивность тех сфер деятельности, которые общение как бы обслуживает, будь то работа, учеба, семья и т.д. В качестве рекомендаций можно привести различные приемы, способствующие преодолению барьеров, возникающих при общении и повышению эффективности этого общения. Назовем некоторые из них.

Приём «имя собственное». Здесь, для более эффективного общения с вашим партнером автор предлагает произносить вслух имя-отчество вашего собеседника. Этим вы покажете внимание к данному человеку, что будет способствовать его утверждению как личности, вызовет у него чувство удовлетворения и будет сопровождаться положительными эмоциями, тем самым формируя его расположение к вам.

Приём «зеркало отношений». Данный прием состоит в вашей доброй улыбке и приятном выражении лица. Эти слагаемые будут свидетельствовать о том, что вы – друг. Благодаря этому чувству у вашего собеседника возникнет чувство защищенности, и он будет расположен к общению с вами.

Приём «золотые слова» предлагает вам во время вашего общения с собеседником высказывать комплименты в его адрес, что будет способствовать его расположению к вам. У вашего партнера по общению будут формироваться положительные эмоции, а это значит, что и он будет чувствовать себя при общении более или менее раскованно.

Приём «терпеливый слушатель». Каждому человеку приятно, когда его слушают во время разговора. Чем больше вы умеете слушать, тем больше у вашего собеседника образуется положительных эмоций, создается доверительное расположение и появляется желание общаться с вами.

Приём «личная жизнь». Данный прием предлагает нам привлекать наше внимание к увлечениям вашего партнера в общении. Это способствует образованию положительных эмоций и повышает его расположенность общаться с вами [3, с.227-228].

Выделяют следующие правила, для предотвращения возникновения барьеров при общении [4, с.35]:

- Уважать собеседника, каким бы он ни был.
- Стараться понять, чем вызвано поведение человека, которое нам неприятно.
- Иметь чувство собственного достоинства.
- Уметь контролировать себя в общении.
- Строить свое поведение так, чтобы оно уменьшало или устраняло барьер.

В действительности барьеры общения – это препятствие только до

того момента, пока вы не задумались, как их преодолеть. Больше практики, внимания к собеседнику, искреннего интереса к тому, что вам рассказывают, и половина проблемы будет решена [5, с.42 - 43].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Деловые коммуникации в формировании коммуникативной компетентности современного специалиста агроуниверситета. // Репликация культуры общества в контексте профессионального образования. Книга 2. Коллективная монография. – Георгиевск: Георгиевский технический институт, 2013. – С.78 –113.
2. Панфилова А.П. Психология общения [текст]: Учебник для студентов сред. проф. образования / А.П.Панфилова. М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 368с.
3. Морозов А.В. Деловая психология. СПб.: Изд-во «Союз», 2002. – 576с.
4. Измайлова М.А. Деловое общение [текст]: Учебное пособие / М.А.Измайлова. – М.: Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2009. – 252с.
5. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.

*Захарченко. А.Д.
студент 3-го курса
Шилов. А.К., доктор технических наук
старший научный сотрудник
Институт компьютерных технологий
и информационной безопасности
Южный федеральный университет
Российская Федерация, г. Таганрог*

ПРИНЯТИЕ МЕР ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ИНСТИТУТАХ

Некоторые организации имеют в своём использовании информацию в качестве важных или стратегических активов и, следовательно, они должны защитить её. Научно-исследовательские институты должны защищать не только информацию, но и знания, который является основным продуктом их деятельности. По этим причинам, научно-исследовательские институты должны принимать меры по защите своей информации.

Однако, общественные организации также сталкиваются с проблемой защиты их информации, с учетом их окружения, в которых есть возрастающая сложность, взаимосвязи, неопределенности и зависимость от технологий. Эти организации также должны обеспечить конфиденциальность данных граждан и доступности и целостности информации, которые должны быть доступными для общества, а также непрерывность государственных услуг, многие из которых опосредованные технологии.

В этом исследовании мы изучали принятие мер по информационной

безопасности в научно-исследовательских институтах. Исследования показали, что институциональная среда влияет на принятие мер по информационной безопасности в большинстве государственных научно-исследовательских институтов, которые приняли участие в опросе. Это влияние в основном за счет законов, постановлений и других нормативных актов, изданных правительством, а также за счет участия ИТ и информационной безопасности профессионалов в сети для обмена опытом и информацией. Эти институты попадают под действие правил, опубликованных различными федеральными и на государственном уровне организациями, которые регулируют их деятельность в качестве членов государственного управления и в качестве научно-исследовательских организаций. Имитация мер, принятых другими общественными организациями и использование международных норм и стандартов в области информационной безопасности как модели, факторы, которые принадлежат институциональному измерению, а также влияют на принятие мер по информационной безопасности в большинстве научно-исследовательских институтов.

Управление информационной безопасностью также влияет на принятие мер, но основным показателем влияния организационного измерения является определение и принятие внутренних правил и стандартов информационной безопасности. Хотя есть влияние как внутренних, так и институциональной среды, факторы институционального измерения имеют большее влияние на научно-исследовательские институты, чем организационные факторы измерения. Среди наиболее упомянутых факторов, четыре являются институциональные, которые показывают важность внешней среды в процессе принятия решений о принятии мер по информационной безопасности, несмотря на необходимость принятия соответствующих мер для выявленных рисков для организаций.

Исследование также показало, что наиболее принятые меры информационной безопасности, научно-исследовательскими институтами, в основном, технические или физические, такие как резервное копирование процедур, использование ИБП, анти-спам и оборудования с резервными частями. Стоит отметить, что все институты имеют специалистов по информационной безопасности в числе своих сотрудников, даже если они не всегда имеют в своей организационной структуре комитет по информационной безопасности.

Решения о принятии мер по информационной безопасности не основаны на потребностях, выявленных при проведении оценок и анализа риска, или на основе организационных задач, поставленных управления информационной безопасности, как это было предложено в теории по этому вопросу, но для выполнения обязательств, созданных правительством или другими организациями, которые регулируют научные и общественные организации, деятельность, или имитируют опыт других общественных организаций, или даже следуют модели и стандартам, которые

соответствуют институционализации в области ИТ и информационной безопасности профессиональных областей, в том числе ISO / IEC 27002, ISO / IEC 27001 и ISO / IEC 27005, как это было предложено в институциональной теории.

Основными ограничениями исследования являются небольшое число организаций, которые участвовали в опросе и ответили на все вопросы, а также тот факт, что лишь немногие документы были проанализированы, что ослабляет результаты. Понимание мотивации может внести свой вклад в осуществление и поддержание эффективных структур к информации и защите знаний в научно-исследовательской среде. Кроме того, мы считаем необходимостью проведение аналогичного обследования, но с расширением количества организаций из других научно-исследовательских институтов и университетов, которые проводят научные исследования, которые могут повысить знания об информационной безопасности в академических организациях.

Зиотдинова А.Б.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

РОЛЬ ЛИДЕРА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Аннотация: *В статье рассматривается вопрос о роли лидера в управлении организацией. Приводятся общие методологические проблемы лидерства. Автор подчеркивает необходимость повышения роли и ответственности современных лидеров - руководителей организаций.*

Ключевые слова: *лидер, коллектив, лидерство, умение управлять людьми.*

«Искусство управлять людьми – самое трудное и высокое из всех искусств» – сказал когда-то один мудрец, и был абсолютно прав. Сегодня, пожалуй, нет более трудной профессии, чем профессия руководителя, которую принято называть комплексной, требующей от человека владения очень многими навыками. Менеджер-руководитель должен знать обо всем – от секретов маркетинга до хитростей финансовой науки, от методов организации современных производств до тайн человеческой психологии [1, с.60]. И, безусловно, он должен обладать лидерскими качествами.

Лидер – это наиболее авторитетный член группы, который определяет и организует ее деятельность для достижения групповых целей. Различают формальное и неформальное лидерство. *Формальный лидер* обычно назначается или избирается в соответствии с установленной процедурой, приобретая, таким образом, официальный статус руководителя. *Неформальный лидер* – это член группы, который выдвигаясь благодаря своим личным качествам, наиболее полно отвечает групповым ценностям и нормам [2, с.113].

В современных организациях лидер играет главенствующую роль. Без хорошего лидера организации не смогут эффективно функционировать даже при наличии высококвалифицированных кадров. Лидер создаёт сплочённую команду последователей, объединяет специалистов для более эффективной работы и контролирует их деятельность. Современный лидер должен быть в центре внимания организации, должен вдохновлять сотрудников на достижение общей цели.

Лидерство – важнейший компонент эффективного руководства. Оно встречается везде, где есть устойчивое объединение людей. Само слово «лидер» означает «вождь», «ведущий» [3, с.31]. Лидерство отличается от руководства, которое предполагает достаточно жесткую и формализованную систему отношений господства – подчинения.

Значимость лидерства для руководства организацией поднимает вопрос о влиянии на данное явление. Лидерством необходимо управлять (насколько это возможно), т.е. выделять лидеров, развивать конструктивных и устранять деструктивных лидеров.

Важная роль отводится лидеру в создании и управлении организационной культурой организации. В зависимости от типа организационной культуры лидер выполняет различные функции.

Роль лидера в управлении персоналом определяется его усилиями по отбору достойных претендентов в рабочий коллектив, он должен направлять групповую энергию на решение организационных целей и задач. Лидерство также находит выражение в воздействии на членов группы, побуждает их проявлять свои сильные личностные качества и сдерживать проявление слабых черт характера [4, с.62].

Результативность работы лидера проявляется в его способностях управлять социальными конфликтами. Управление социальным конфликтом складывается из последовательной деятельности лидера, стремящегося конструктивно повлиять на ситуацию, вызвавшую конфликт, на участников конфликта и характер взаимодействия всех заинтересованных субъектов. В зависимости от характера конфликта и особенностей его участников лидер, старающийся управлять конфликтом, может выбирать роль посредника или судьи.

Эффективность лидерства непосредственно связана со способностью лидеров руководить организационной, и межличностной коммуникацией, воздействуя на ее характер. Стратегия развития организации и эффективность лидерства связаны с объективными и субъективными возможностями лидера, его способностью, во-первых, управлять коалициями, во-вторых, создавать и укреплять отношения сотрудничества и партнерства с организациями, взаимодействие с которыми становится существенным фактором эффективной деятельности организации [5, с. 169].

Проблемы лидерства являются ключевыми для достижения организационной эффективности. С одной стороны, лидерство рассматривается как наличие определенного набора качеств, приписываемых

тем, кто успешно оказывает влияние или воздействует на других, с другой, лидерство – это процесс преимущественно не силового воздействия в направлении достижения группой или организацией своих целей. Лидерство представляет собой специфический тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей [6, с.12].

Таким образом, для того чтобы деятельность организации была успешной, руководитель должен уделять много времени развитию лидерства в организации, так как успешность компании зависит от «лидерского потенциала». От выбора стиля руководства зависит не только авторитет руководителя и эффективность его работы, но также атмосфера в коллективе и взаимоотношения между подчиненными и руководителем. И закончить статью хотелось бы словами В.Уорда: *«Посредственный руководитель – излагает, хороший – объясняет, выдающийся – показывает, великий – вдохновляет»* [7, с.15].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Стиль управления – главная характеристика эффективности деятельности менеджера // Наука сегодня: теоретические аспекты и практика применения: сб. науч.тр. по мат-лам Международной научно-практической конференции в 9 частях. Часть 8. – Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2011. С.60 – 61.
2. Игебаева Ф.А. Социология: Учебное пособие – М.:ИНФРА-М, 2015. – 236с.
3. Идеальный руководитель: почему им нельзя стать и что из этого следует [Текст] // Обзор страхового рынка: имущество и ответственность. – 2012. – № 26. – С. 31 – 32.
4. Бирман, Л.А. Каков поп - таков и приход: классификация типов руководителей [Текст] / Л.А. Бирман // Энергия: экономика, техника, экология. – 2011. – № 10. – С. 60-67.
5. Шейнов, В.П. Психология лидерства [Текст] / В.П. Шейнов. – Минск: Харвест, 2008. – 992 с.
6. Мирзоян, В.А. Управление и лидерство: сравнительный анализ теорий лидерства [Текст] / В.А. Мирзоян // Вопросы философии. – 2013. – № 6. – С. 3 – 15.
7. Игебаева Ф.А. К вопросу о повышении эффективности управленческой деятельности на предприятиях АПК // Социально-политические науки. Международный межвузовский научный рецензируемый журнал. Москва, Издательский дом «Юр-ВАК», 2013, № 3 – С.13 – 15.

Зорина С.И.
доцент
кафедра бухгалтерского учета
Манцевич И.В., к.э.н.

*доцент
кафедра бухгалтерского учета
Калининградский филиал
ФГБОУ ВО СПбГАУ*

Россия, Калининградская область

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА

Аннотация: тема исследования на сегодняшний день актуальна в связи с возникшем кризисом в стране. Финансовая политика наиболее важный рычаг, воздействующий на состояние и развитие страны, ее активность на мировом рынке. Финансовая политика - это основанная на финансовом законодательстве целенаправленная деятельность государства, связанная с мобилизацией финансовых ресурсов, их распределением и использованием для выполнения государством своих функций.

Ключевые слова: кризис, финансовая политика, государство, бюджетная политика.

Abstract: the topic of the research to date in connection with a crisis in the country. Financial policy the most important lever affecting the state and development of the country, its activity in the global market. Fiscal policy is based on financial laws of the purposeful activity of the state related to mobilization of financial resources, their distribution and use for fulfilment by state its functions.

Keywords: crisis, fiscal policy, state budget policy

Финансовая политика государства включает следующие элементы: бюджетная политика; налоговая политика; ценовая политика; кредитно-денежная политика; таможенная политика; политика внешних и внутренних заимствований; политика в области между-народных финансов.

Финансовая политика - это наиболее важный рычаг, воздействующий на состояние и развитие страны, ее активность на мировом рынке.

Главной целью послужило исследование практических и теоретических аспектов в области государственной финансовой политики России. Главным вопросом перед государственной политикой стоит улучшение качеств жизнедеятельности граждан. Финансовая политика касается материальных интересов каждого члена общества. При ущемлении интересов возникают различные отрицательные социальные, экономические и политические последствия, расшатывается основа общества. Во избежание финансово-экономического кризиса, рост финансовой стабилизации и снижение инфляции зависит от стабильности и эффективности финансовой политики. Прежде чем перейти к построению усовершенствованной финансовой системы, надо изучить и проанализировать недостатки финансовой политики России.

Государственная финансовая политика — это элемент макроэкономической политики. В настоящее время государственная финансовая политика России направлена на преодоление последствий финансово-экономического кризиса, стабилизацию социально-

экономической ситуации в стране [2].

При построении финансовой политики государства, направленной на такой финансовый механизм, при котором наибольшую эффективность обеспечения достижения тактических и стратегических целей, заявленные в долгосрочной программе развития страны в дальнейшем.

Главной ступенью в ее составе является бюджетная политика, прежде всего которая служит ролью для формирования финансовой базы формирования государства и обеспечения подходящих условий жизнедеятельности граждан.

Первая возникшая реакция государства на кризис была неопределенной - правительство уже развитых стран старались притормозить дальнейшее распространение его. Предпринимались различные крайние меры, такие как предоставлялись гарантии по займам, выкупались акции различных банков и ипотечных обязательств, инвестиций, происходило прямое вливание ликвидности и обеспечение других потребностей финансовых рынков. А иногда для выхода из кризиса возникало обращение к внешним займам. Особое внимание уделялось 2-м группам проблем, это не допустить кризис кредитных систем и предотвратить глубокий спад производств. [3]

Выделим основные проблемы государственных финансов:



Рис.1. Главные проблемы государственных финансов.

Из этого следует, что для стабильности экономики и финансовой системы в целом, необходимо:

обеспечить сбалансированность бюджетов и их утверждение на базе реального прогноза макроэкономических показателей;

реализовать комплекс мер по расширению налогооблагаемой базы;

установить верхние границы доходности по государственным заимствованиям, расширить операции Банка России на открытом рынке;

стабилизировать валютный курс рубля через усиление контроля со стороны Банка России за валютными счетами и операциями коммерческих банков, создание предпосылок для конвертации наличной иностранной валюты физическими лицами в рублевые активы;

сформировать систему доверительного управления государственной собственностью в России и за рубежом;

реформировать систему казначейского исполнения бюджета, обеспечив ее прозрачность, повысив статус, расширив сферу применения;

ориентировать денежно-кредитную политику на регулирование процентных ставок.

Рис.2. Стабилизация экономики и финансовой системы.

В составе финансовой политики главный вопрос относится именно к бюджетной политике, она формирует финансовую базу для развития государства. Стратегические цели на развитие страны положены в основу бюджетной политики на 2014 год и на плановый год 2015-2016 гг., которые сформулированы в указах Президента РФ от 7 мая 2012 года, Концепция

долгосрочного социально-экономического развития России на период до 2020 года, Основных направления деятельности Правительства РФ на период до 2018 г., а также основные положения Бюджетного послания Президента РФ о бюджетной политике в 2014-2016 годах.

В Бюджетном послании Президента РФ отражена оценка осуществляемой в 2012-2013 годах бюджетной политики, а также указаны основные приоритеты на период 2014-2016. [1]

Использованные источники:

1. А.М. Бабич, Л.Н. Павлова. «Государственные и муниципальные финансы» [Электронный ресурс]- <http://uchebnik-online.com/21/03.html>
2. Бюджетное Послание Президента РФ о бюджетной политике в 2014-2016гг /Официальный сайт Президента РФ. [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/18332> (дата обращения 01.03.2016г.).
3. Электронный ресурс - <http://biznesklubonline.com/stati/803-finansovaya-politika-rossii-na-2015-2017-gody/>(дата обращения 05.03.2016г).

*Зорицова Н.С.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

ПЛАНИРОВАНИЕ РЕСУРСОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрено планирование ресурсов предприятия, с чего их надо начинать и как поддерживать нужный уровень запасов. Также рассмотрены виды формирования ресурсов производства. Выделены типовые уровни планирования ресурсов предприятия и типовая модель системы планирования *Manufacturing Resource Planning, MRP II*.

Ключевые слова: планирование, ресурсы, производство.

In the article enterprise resource planning, what they need to start and how to maintain the right inventory levels. Also considers the types of resources of production. Typical levels of enterprise resource planning .And considered a model planning system, Manufacturing Resource Planning, MRP II.

Keywords: *planning, resources, production*

Планирование ресурсов на предприятие является одной из главных задач предприятия, так как это основа для производства продукции.

Что бы начать планирование ресурсов производства стоит ответить на четыре вопроса.

- 1.Что мы собираемся производить?
- 2.Что нам для этого потребуется?
- 3.Что у нас уже есть?
- 4.Что нам еще нужно?

По мере ответов на эти вопросы мы понимаем, какие ресурсы мы будем использовать в производстве. Так же планирование ресурсов включает в себя: планирование закупок, поставок, распределения, учета и

контроля ресурсов. Основными ресурсами предприятия являются трудовые ресурсы и материально-технические. Материально-технические ресурсы – это сырье, материалы, конструкции, комплектующие, энергетические ресурсы, технологические ресурсы и т.д. Трудовые ресурсы – это те, кто непосредственно осуществляет работу с материально-техническими ресурсами.

Расчет потребности в материальных ресурсах является важнейшим разделом тактического плана предприятия, так как установленный объем поставок материальных ресурсов является основанием для разработки плана производства продукции.

Основной целью планирования материально-технических ресурсов является оптимизация потребности предприятия в ресурсах и их рациональное использование, чтобы не происходило «омертвления» ресурсов и снижение эффективности их использования.

Что бы узнать, что влияет на планирование ресурсов производства, стоит, рассмотреть из чего состоит система планирования и контроля производства.

Система планирования и контроля производства состоит из 5 уровней.

- Стратегический бизнес-план;
- План производства (план продаж и операций);
- Главный календарный план производства;
- План потребности в ресурсах;
- Закупки и контроль над производственной деятельностью.

Каждый из уровней выполняет свою задачу, по мере продвижения от стратегического плана к контролю над производственной деятельностью задача постепенно меняется и от общего направления становится более конкретной. Опустим первые три уровня и более подробно рассмотрим план потребности в ресурсах.

План потребности в ресурсах (MRP)– это план производства и закупки компонентов, которые используются при изготовлении предусмотренных главным календарным планом производства изделий.

В нем указаны необходимые количества и сроки предполагаемого изготовления или использования их в производстве. Отделы закупок и контроля производственной деятельности используют MRP для принятия решений об инициировании закупок или изготовлении конкретной номенклатуры изделий.

План потребности в ресурсах указывает, когда потребуется сырье, материалы и комплектующие для производства каждого конечного изделия. В основном план потребности в ресурсах должен быть равной суммарной длительности процессов закупки и производства в среднем он составляет от трех до восемнадцати месяцев.

Что бы точно составить план нужно знать, что стратегический бизнес-план точно объединяет планы маркетингового, финансового и

производственного подразделений, так как именно от этого зависит, будет ли реалистичен и выполним план производства. В свою очередь отдел финансов должен согласиться с тем, что планы привлекательны с финансовой точки зрения, а производство должно подтвердить способность удовлетворить соответствующий спрос. Система производственного планирования и контроля определяет генеральную стратегию для всех подразделений компании. Эта полностью интегрированная система планирования и контроля называется системой планирования производственных ресурсов, или MRP II.

Понятие “MRP II” используется для обозначения отличия «плана производственных ресурсов» (MRP II) от «плана потребности в ресурсах» (MRP). Планирование производственных ресурсов (Manufacturing Resource Planning, MRP II) — метод, основанный при использовании планирования потребности в материалах. Основной задачей информационных систем класса MRP II является оптимальное управление потоками материалов (сырья), полуфабрикатов и готовых изделий. Эти проблемы можно решить путем интеграции всех основных процессов, реализуемых предприятием: снабжение, управление запасами, производство, прямые продажи. Возможности интегрированных систем стандарта MRP II:

- получение оперативной информации о текущих результатах деятельности предприятия, как в целом, так и по отдельным заказам, видам ресурсов, выполнением планов;
- полное планирование деятельности предприятия (долго и краткосрочное), что осуществляется на основе оперативной информации, для достижения максимальной эффективности в использовании производственных мощностей, всех видов ресурсов и полного удовлетворения потребностей заказчиков;
 - оптимизация финансовых и материальных потоков;
 - оптимизация объемов материальных ресурсов находящихся на складах;
 - значительное сокращение непроизводственных расходов

Система планирования в MRP II состоит из нескольких взаимосвязанных планов: объемно-календарного - главного плана-графика производства, плана продаж, выпуска готовой продукции, потребности в материалах, потребности в производственных мощностях, финансового план. В основе технологии MRP II установлено иерархию планов. Планы нижних уровней определяются характеристиками планов высших уровней. Планирование осуществляется интеграцией лишь, то есть формирование плана более низкого уровня может повлиять на пересмотр планов высшего уровня. Итак, выполняется координация спроса и предложения ресурсов на всех уровнях планирования.

Изменение внешних факторов, влияющих на план низшего уровня, анализируется системой в целом, обеспечивая корректность планирования и

быструю адаптацию к изменениям на рынке. Быстрая адаптация с замкнутым циклом планирования - это важное свойство современных систем планирования, поскольку значительное количество производителей производит продукцию с коротким жизненным циклом, что приводит к необходимости регулярного просмотра планов. Изменение внешних факторов, влияющих на план низшего уровня, анализируется системой в целом, обеспечивая корректность планирования и быструю адаптацию к изменениям на рынке.

Говоря о системе MRP II можно сказать, что она затрагивает многие аспекты производства, но основным из них является планирование ресурсов производства и то, как можно быстро реагировать на смену спроса продукции и в ходе производства повышать эффективность использования ресурсов производства, что в дальнейшем приведет к оптимизации затрат производства.

Использованные источники:

1. Бабич Т. Н., Козьева И. А., Вертакова Ю. В., Кузьбожев Э. Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка; Инфра-М - , 2012. - 336 с.
2. Бородуля, Е.Б. Оценка результативности деятельности современного предприятия / Е.Б. Бородуля, А.В. Жирнов // Международный технико-экономический журнал. - 2015. - № 5. - С. 20-24.
3. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии. Учебник и практикум: учебник для бакалавров / В.А. Горемыкин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 857 с.
4. Жирнов, А.В. Инвестиции и развитие материально-технической базы сельского хозяйства / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина // Экономика и социум. - 2014. - №4-6(13). - С. 731-734
5. Лапшин, Ю.А. Применение интерактивных методов в учебном процессе / Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина, А.В. Жирнов // Экономика и социум. -2014. - № 3-2(12). – С. 377-380.
6. Лапшина, Г.В. Проблемы восстановления материально-технической базы предприятий АПК (на примере Ульяновской области) / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Международный научный журнал -2014. -№ 2. - С. 53 -56.
7. Ильин, А.И. Планирование на предприятии./ Учебное пособие-9 изд/ Инфра-М, Новое знание.-2011.- С. 507-538
8. Янковская, В.В. Планирование на предприятии: Учебник / В.В. Янковская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 425 с

Игнатьев В.В.

ОПЕРАЦИИ БАНКА С ПЛАСТИКОВЫМИ КАРТАМИ (НА ПРИМЕРЕ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА)

Внедрение банковских карточек в качестве одного из основных средств безналичных расчетов является важнейшей задачей «технологической революции» банковской деятельности. Это средство расчетов, обладая множеством несомненных достоинств, предоставляет как владельцам карт, так и кредитным организациям, занимающимся их выпуском и обслуживанием, массу преимуществ. Для кредитных организаций - повышение конкурентоспособности и престижа, наличие гарантий платежа, снижение издержек на изготовление, учет и обработку бумажно-денежной массы, минимальные временные затраты и экономия живого труда.

Пластиковые деньги придуманы для того, чтобы реальные деньги оставались в распоряжении банков и приносили им максимальную прибыль через инвестиционные и кредитные программы. Обыкновенный держатель пластиковой карточки и не догадывается о том, какие прибыли (пока за рубежом) имеют банки, используя его средства в своей ресурсной базе. По оценкам специалистов, на руках у населения нашей страны находится 35 миллиардов долларов и десятки триллионов наличных рублей, которые просто изъяты из обращения. Для любого коммерческого банка представляет большой интерес привлечь эти средства в свои инвестиционные и кредитные потоки.

Иными словами, сконцентрировать основную массу денежных потоков, и направить их через банки, можно только при одном условии: резком увеличении объемов безналичных расчетов, как при выплате заработной платы, так и при совершении населением основной массы платежей.

При наличии разветвленной инфраструктуры приема платежей, круг возможных операций с картами можно описать следующим образом:

- зарплатные проекты,
 - корпоративные дебетовые карты для платежей по мелким хозяйственным операциям,
 - «бензиновые» карты для оплаты ГСМ частными лицами и организациями,
 - карты для обслуживания межрегиональных денежных потоков (в интересах частных лиц, оптовых торговцев и их дилеров, мелких предпринимателей),
 - «клубные», магазинные и т. п. карты.
 - карты обслуживающие коммунальные платежи, и др.
- Все банки стремятся к внедрению зарплатных проектов, когда целое

предприятие переходит на начисление заработной платы персоналу через пластиковые карты какого-либо банка.

По оценкам 90-95 % выданных карт являются зарплатными. Это, как правило, дебетовые карты типа Cirrus/Maestro или Viza Electron, не допускающие овердрафта. По утверждениям представителей банков, в последнее время доходы кредитных организаций от операций с одной дебетовой картой приближаются к доходам от транзакций с кредитной картой типа Viza Classic или Eurocard/MasterCard Mass. Это говорит о том, что зарплатные проекты можно рассматривать как дополнительный источник прибыли для банка.

В этом случае предприятие рассматривается как корпоративный клиент, заключивший с банком договор, в соответствии с которым банк открывает ему текущий или расчетный счет. Каждому сотруднику, на льготных условиях, по отдельному договору банк открывает карточные счета и выдает карточки, на которые предприятие ежемесячно перечисляет заработную плату. На личный карт-счет можно зачислять также гонорары, ссуды, страховые суммы, выплаты по договорам, отпускные, командировочные. Клиент может через кассу банка на свой карт-счет внести наличными любую сумму. В регионах при реализации зарплатных проектов, как правило, отдается предпочтение российским системам. Если клиент часто ездит за границу, то к этому счету можно изготовить и международную карту, но уже по полному тарифу.

Для предприятия выгода состоит в том, что облегчается работа бухгалтерии, нет необходимости оборудовать кассы, содержать кассиров, снижаются расходы, связанные с доставкой, хранением, пересчетом, депонированием и выдачей заработной платы персоналу, исключаются задержки выплаты заработной платы, связанные с дефицитом наличности, снижаются пиковые нагрузки в дни выдачи заработной платы.

Для сотрудников снижается социальная напряженность по поводу всевозможных задержек выдачи заработной платы. Работник предприятия имеет возможность получать ее круглосуточно и в выходные дни, и, находясь в командировке или отпуске, а также может оплатить без взимания комиссии товары и услуги в предприятиях торговли и сервиса, принимающих банковские карты к оплате.

Банк получает дополнительные ресурсы в виде остатков на карточных счетах и комиссии от операций с эмитированными картами.

Организация ежемесячно предоставляет в банк сводную ведомость, как на бумаге, так и в электронном виде. В этой ведомости указываются: фамилия, имя, отчество каждого сотрудника, его личный табельный номер, номер его счета в банке, сумма средств, которая ему предназначена по этому счету. На основании сводной ведомости банк производит перечисления средств с расчетного счета предприятия на личные счета сотрудников. Ежемесячно предприятие предоставляет список выбывших и принятых на работу сотрудников.

Однако реализация зарплатных проектов начинает сталкиваться с тем, что все основные крупные корпоративные клиенты уже разобраны и, что свободное пространство на рынке год от года сужается.

Только развитие инфраструктуры создаст предпосылки дальнейшего развития на рынке. Банкам можно рекомендовать установить банкоматы на территории предприятий с достаточно большой численностью работающих либо вблизи открыть свое отделение, также рекомендуется установить электронные терминалы в ближайших магазинах, рассмотреть возможность перечисления денег работниками за содержание детей в ведомственных дошкольных учреждениях, рассчитываться за обеды в заводских столовых, вносить квартплату, оплачивать путевки и т. д. По выходе на пенсию работники продолжают пользоваться пластиковыми картами, но на карт-счет перечисляются уже пенсии и пособия. Банк, взявший на себя обслуживание собеса, ведет личные счета пенсионеров.

Использованные источники:

1. Законодательство Российской Федерации [Электронный ресурс] <http://www.ru.spinform.ru>
2. Бородуля, Е.Б. Оценка результативности деятельности современного предприятия / Е.Б. Бородуля, А.В. Жирнов // Международный технико-экономический журнал. - 2015. - № 5. - С. 20-24.
3. Жирнов А.В. Решение аграрного кризиса - создание крупных сельскохозяйственных предприятий / А.В. Жирнов // Материалы II-й Открытой Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Молодежь и наука XXI века» - Ульяновск. – 2007. – С. 273-275
4. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
5. Жирнов, А.В. Риск-предикторный анализ финансовой составляющей предпринимательской деятельности /А.В. Жирнов //Экономика и предпринимательство. – 2016. - № 1-1 (66-1). – С. 926-931.
6. Лапшин Ю.А. Социальная ответственность менеджмента и программы охраны труда / Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина, А.В. Жирнов // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения» Ульяновск, 2015. – С.150-152
7. Пучин Е.А., Дидманидзе О.Н. и др. Надежность технических систем. М.: УМЦ «Триада», 2005. -353 с.
8. Рыбаков К.В., Дидманидзе О.Н., Карпекина Т.П., Пуляев Н.Н. Автозаправочные процессы и системы в полевых условиях. -М.: УМЦ «Триада», 2004. 292 с.
9. Самсонов В.А., Дидманидзе О.Н. Геометрическое программирование в инженерных задачах. М.: Инженерно-экономический институт, 1999. -284 с.

ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

***Аннотация:** В данной статье рассматриваются принципы делового этикета. Деловое общение имеет свои особенности и несколько принципов этикета, без которых не обходится ни одно предприятие. Умение правильно говорить определяется уровнем культуры специалистов и влияет на формирование имиджа компании. Развитие этикета в деловом общении способствует повышению управленческой культуры в целом и объединению духовных ценностей граждан.*

***Ключевые слова:** деловой этикет, деловое общение, принципы делового этикета, культура речи.*

Понятие «этикет» – это система правил поведения в общественных местах при контактах с другими людьми. Современный этикет определяет нормы поведения в различных обстоятельствах: на улице, на работе, в гостях, на официальных приемах. Существует несколько разновидностей этикета: дипломатический, придворный, общегражданский, служебный, деловой, профессиональный. Наиболее официальными являются дипломатический и придворный этикеты.

Деловое общение – это наука и искусство, в котором существенную роль играет чувство такта и ощущение контакта с партнером. В то же время уже существуют определенные правила, рекомендуемые как доступно излагать свои мысли. Как наилучшим образом подобрать слова для выбранной темы разговора. В каких случаях стоит делать акценты на личности партнера, а в каких – на его деятельности. Общаться нам приходится письменно и устно, в личной встрече и по телефону. Для каждого вида общения существуют свои приемы и правила.

Деловой этикет – это совокупность правил, норм поведения в деловых, служебных отношениях. Он является важнейшей стороной морали профессионального поведения делового человека. В деловом этикете выделяют пять основных принципов делового общения:

- Принцип разумного эгоизма – выполняя свои рабочие функции, не мешай другим выполнять свои.
- Принцип позитивности – если нечего сказать приятного или положительного, лучше молчать.

А вот другие проявления этого принципа:

- не сплетничайте и не передавайте слухи.
- не допускайте обсуждения физических достоинств или недостатков кого бы то ни было, а также дискриминации по полу или расовой принадлежности.

➤ Принцип предсказуемости поведения в различных бизнес - ситуациях.

➤ На работе нет мужчин и женщин, есть только статусные различия.

➤ Принцип уместности: определенные правила в определенное время, в определенном месте, с определенными людьми [1, с.46].

При применении любой формы обращения следует помнить, что оно должно демонстрировать уважение к человеку, учитывать пол, возраст и конкретную обстановку. Важно точно чувствовать, к кому мы обращаемся.

Обязательным условием делового контакта является культура речи. Культурная речь – это, прежде всего, правильная, грамотная речь, точно подобранные слова, верный тон и манера общения. Чем богаче словарный запас (лексикон) человека, тем он лучше владеет языком, больше знает, легче выражает свои мысли и чувства, а также понимает себя и других, а значит, является интересным собеседником. Специалисты рекомендуют:

- следить за правильным употреблением слов, их произношением и ударением;

- не использовать обороты, содержащие лишние слова (например, «абсолютно новый», вместо «новый»);

- избавляться от слов - «паразитов» («так сказать», «такая», «ну» и т.д.);

- избегать заносчивости, категоричности и самонадеянности. Привычка говорить «спасибо», вежливость и учтивость, использование подходящего языка и умение одеваться соответствующим образом относятся к числу ценных черт, которые увеличивают шанс на успех [2, с.147].

Разумеется, в любой профессии специалист может остаться на самой низкой ступеньке социальной иерархии, а может достичь высоты, власти, став высокообразованным и квалифицированным профессионалом. Сегодня молодым людям, стремящимся к карьере, мечтающим стать ведущим специалистом, руководителем, предпринимателем, необходимо разбираться не только во всех нюансах своего дела, но и знать правила поведения в обществе, в сфере бизнеса. Успех дела во многом будет зависеть от умения создать собственный имидж, умения соответствующим образом вести себя в различных ситуациях, правильно излагать свои мысли. Это умение составляет основу жизнедеятельности и вашего профессионального успеха [3, с.6].

Овладение деликатной манерой общения требует специальных знаний по этикету вообще и управленческому – конкретно. Но главное состоит в практическом умении быть деликатным. Возрастание нравственного фактора в бизнесе и управлении – закономерность цивилизованной экономики, о чем убедительно свидетельствует опыт развитых стран мира [4, с. 35-36].

Использованные источники:

1. Аверченко Л.К. Управление общением. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 216 с.

2. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001.–293с.
3. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
4. Игебаева Ф.А. Значение нравственного фактора в управлении и бизнесе //Инновационные процессы в управлении предприятиями и организациями. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2010. С. 34 – 36.

Исянова Д.Д.
магистр
ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»
Россия, г. Уфа

РАЗНОВИДНОСТИ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ

***Аннотация:** В данной статье рассмотрены основные разновидности делового письма. Богатство и разнообразие форм деятельности при ведении бизнеса неизбежно порождает соответствующее многообразие деловых писем.*

***Ключевые слова:** деловое письмо, разновидности делового письма, признаки делового письма, деловая переписка, правила составления делового письма.*

Одним из важнейших факторов, определяющих успех делового общения, является умение вести деловую документацию, соблюдение этических норм в сборе, обработке и распространении служебной информации. Сегодня расширение многогранной деятельности любого предприятия, организации или отдельного руководителя невозможно представить без работы с документами. Подсчитано, что на составление служебных документов и работу с ними у некоторых категорий работников аппарата управления тратится от 30 до 70% рабочего времени [1, с.80]. В данной статье мы рассмотрим различные виды деловых писем.

Выделяют следующие разновидности деловых писем, в основе которых лежат различные классификационные признаки:

◆ по функциональному признаку деловые письма можно разделить на две группы:

- письма, требующие письма-ответа (письмо-вопрос; письмо-просьба; письмо-обращение; письмо-предложение и др.). Письма-ответы должны всегда содержать индекс того письма, которое явилось причиной для переписки.

- письма, не требующие письма-ответа (письмо-предупреждение; письмо-напоминание; письмо-приглашение и др.).

◆ по структурным признакам деловые письма делятся также на две группы:

- регламентированные (стандартные) – письма, решающие типичные

вопросы регулярных экономико-правовых ситуаций и реализуемые в виде стандартных синтаксических конструкций.

- нерегламентированные – деловые письма, представляющие собой авторский текст, реализующийся в виде формально-логического повествования или этикетного текста.

♦ По тематическому признаку проводится условное разделение на деловую и коммерческую корреспонденцию. Принято считать, что переписка, касаемая экономических, правовых, финансовых и всех других форм деятельности предприятия, называется деловой корреспонденцией, а переписка по вопросам материально-технического снабжения и сбыта относится к коммерческой корреспонденции.

♦ по признаку адресата деловые письма делятся: на обычные и циркулярные. Циркулярное письмо направляется из одного источника в несколько адресов.

♦ по композиционным особенностям деловые письма делятся: на одноаспектные и многоаспектные. Одноаспектное письмо рассматривает одну проблему, один вопрос, а многоаспектное – несколько. Также многоаспектным считается письмо, содержащее однотипные и разнотипные аспекты - просьбы, сообщения и предложения [3].

Деловые письма подразделяются на следующие виды:

Письмо-просьба. В таком письме излагается какая-либо просьба, при этом подчеркивается заинтересованность организации в ее исполнении. Сопроводительное письмо. Сопроводительное письмо составляется при отправке адресату документов или материальных ценностей. Подобного рода письмо оправдывает себя в тех случаях, когда содержит дополнительные разъяснения к приложенному документу.

Письмо-сообщение. В таком деловом письме дается какая-либо информация, которая не требует ответа или подтверждения со стороны.

Письмо-подтверждение. Содержит сообщение о получении какого-либо отправления, о том, что ранее составленный документ остается в силе, подтверждает факт либо действие.

Письмо-напоминание. Такое письмо направляется в тех случаях, когда нет возможности получить ответ с помощью телефонных переговоров или личных встреч.

Письмо-приглашение. Пишется в том случае, когда одна организация хочет пригласить другую организацию на какое-либо торжество или мероприятие. В таком деловом письме необходимо указывать время, место и дату проведения мероприятия.

Письмо-благодарность. В данном виде делового письма выражается благодарность за выполнение какого-либо рода деятельности.

Гарантийное письмо. Составляется

с целью подтверждения определенных обязательств и адресуется организации, либо отдельному лицу

Инициативное письмо. Письмо, требующее ответа. Большая часть таких писем выражает просьбу (предложение, запрос) к адресату о решении каких-либо вопросов [3, 4].

Новым видом делового письма сегодня является *электронная деловая переписка*. Электронная почта – совершенно особый вид коммуникаций XXI века. Она позволяет общаться в диалоговом режиме, в режиме телеконференций и т.п. и представляет как огромные возможности, так и большие трудности из-за специфики ведения электронной переписки. С точки зрения вышеперечисленной классификации электронные письма почти ничем не отличаются от своих обычных предшественников – бумажных писем [3].

На что обратить внимание при деловой переписке:

➤ важный момент для любого делового письма – обращение к конкретному лицу, с правильным написанием ФИО, должности, названия фирмы;

➤ независимо от того, пишете вы электронное деловое письмо или бумажное – оно должно быть на бланке фирмы со всеми реквизитами;

➤ этика, корректность и уважение – единственно допустимый тон для деловых писем.

➤ письмо должно быть выдержано в сухом, деловом стиле – лучше избегать эмоциональных оборотов из обычной речи [5].

Деловое письмо, написанное с учетом этих нюансов, произведет лучшее впечатление о своем отправителе. А в мире бизнеса это поможет открыть нужные двери.

В заключение отметим, что написание делового письма – это своего рода искусство. Деловое письмо должно быть безукоризненным во всех отношениях: даже незначительное отступление от правил может сделать его неправомочным с юридической точки зрения. Правильно оформленное юридически, написанное хорошим языком на фирменном бланке, однозначное по смыслу деловое письмо – один из залогов успеха вашего дела [2, с.125]. Деловые письма подготавливают заключение сделок, важные встречи, содержат служебную информацию, претензии, предложения и т.д., т.е. при помощи деловой корреспонденции, представляющей собой письменный диалог юридических лиц, решаются важнейшие вопросы экономико-правовой деятельности организаций. Поэтому, несмотря на широкое использование в деловом общении стационарных и мобильных телефонов, пейджеров, деловое письмо продолжает выполнять важнейшие функции официальной передачи информации вне зависимости от способа передачи – телефакс, электронная почта, обычное почтовое отправление.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Служебная переписка как составная часть деловой

коммуникации.// Информационная среда и ее особенности на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы Международной научно-практической конференции. – в 2-х частях. – ч 1. – Саратов, Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2012. – С.79 – 81.

2. Игебаева Ф.А. Деловая документация в управленческой деятельности //Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. Материалы международной научно-практической конференции. – 12 декабря 2014. в 2-х частях, Ч.І. Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2014. – С.124 – 125.

3. <http://evrovektor.com/article/Vidy-delovogo-pisma-Trebovanija-k-napisaniju>

4. <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/pismo.html>

5. <http://womanadvice.ru/vidy-delovyh-pisem#ixzz409zBvWTR>

Кабдырова Г.Т.

магистрант

кафедра Переводческого Дела

АО Университет КазГЮУ

Республика Казахстан, г. Астана

ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ В РАМКАХ ТЕРМИНОСИСТЕМЫ «БАНКОВСКОЕ ДЕЛО» И ИХ ПЕРЕВОД

Аннотация

В данной статье рассмотрены проблемы перевода терминов в терминосистеме «Банковское дело», характерные особенности, формирование и развитие данных терминов. Статья является помощником переводчику при работе с банковскими договорами и банковской терминологией, так как содержит в себе актуальную информацию, дополненную наглядными примерами.

Ключевые слова: термин, терминосистема, полисемия терминов, язык для специальных целей, узко-специальные термины, банковская терминология, транстерминологизация, перевод терминов.

Key words: term, term system, polysemy of terms, language for special purposes, highly technical terms, the banking terminology, transterminologisation, translation of terms.

На сегодняшний день финансовая и экономическая терминологии являются одними из самых широко употребляемых, и такая популярность в первую очередь обусловлена рядом экстралингвистических факторов, в частности, вхождением Казахстана во Всемирную торговую организацию, развитием предпринимательства в стране, глобализацией финансовой системы и усилением ее влияния на все стороны жизни общества. В связи с появлением все большего количества иностранных банков, зарубежных аудиторских компаний в Казахстане, язык финансовой и экономической области, частью которых и является рассматриваемая нами банковская терминология, претерпел немалые изменения. Некогда бывшие неологизмами слова устойчиво закрепились и успешно ассимилировали в

повседневную речь. Экономические термины в целом стали широко использоваться в устной речи, на радио и телевидении, а также во многих бизнес-проектах, следовательно, развивается и банковская терминология в русском языке. По мнению Гринева С.В., терминология – это совокупность терминов, используемых в определённой области знания. [1, 9] Согласно Реформатскому А. А., термины отражают социально организованную действительность, таким образом, термин обладает социально обязательным характером. Термины и терминологии представляют собой важную составную часть науки и техники, так как являются инструментом, посредством которого формируются научные теории, законы, принципы, положения. [2, 12] Изучению развития банковской терминологии того или иного языка посвящен целый ряд исследований. Наш интерес вызвали особенности функционирования терминологии в банковской сфере. Так же как и определение самого термина описывается авторами по-разному, так и различные авторы классифицируют термины по-своему, однако, поскольку мы рассматриваем отдельно банковскую терминологию, нам необходимо подробно рассмотреть классификацию собственно банковской терминосистемы. В своей работе «Специальная банковская лексика: этимология, диахрония, современное состояние», опубликованной в Вестнике МГОУ, Борисова Ю.А. предложила следующую структуру банковской терминосистемы: 1) консубстанциональные термины; 2) узкоспециальные термины; 3) термина-заимствования последних лет. Первый элемент данной структуры банковской терминосистемы можно простым языком обозначить как сосуществующие термины. Здесь будет точным пояснение самой Борисовой Ю.А.: «Большинство исследователей, противопоставляя язык для специальных целей и разговорно-обиходный язык (язык для общих целей), считают их подсистемами одного и того же естественного языка, которые не существуют совершенно изолировано друг от друга. Одним из главных аргументов такого положения вещей является существование консубстанциональных терминов – лексических единиц, которые встречаются как в обыденной, так и в профессиональной речи» [3, 115]. Название следующего элемента структуры говорит само за себя, данные термины употребляются только в одной или двух узких областях. Автор вышеуказанной структуры выделяет следующие критерии узкоспециальных терминов: «наличие четкой и ясной дефиниции, концептуальная ценность, тематическая продуктивность, максимальная информативность, низкочастотность» [3, 117]. Формирование и развитие группы терминов, составляющих третий элемент структуры банковской терминосистемы, обусловлено упомянутыми выше экстралингвистическими факторами. Заимствуется банковская лексика, в большей степени, с английского языка, причина этому явлению не только лингвистические факторы, такие как «универсальность и разработанность банковской терминологии английского языка» [3, 118], но также и экстралингвистический фактор, в частности, высокий уровень американской

банковской системы, обусловленный глубокой историей. Необходимо отметить, что каждый из элементов данной структуры сталкивается с явлением полисемии. По мнению М.П. Муравицкой, объяснение полисемии сводится к пониманию слова в качестве основной единицы языка, однако в сущности это не совсем так, поскольку слово может иметь несколько лексико-семантических вариантов[4]. Лексема характеризуется соответствием друг другу формы и содержания, в свою очередь слово имеет несколько различных единств формы и значений. Полисемия придает речи гибкость и дает возможность выразить тончайшие оттенки мысли. Однако в терминосистемах многозначность рассматривается в качестве недостатка, так как терминосистемы должны отличаться наличием единого установленного значения. Трудность вызывает то, что не все термины отвечают критерию однозначности даже в пределах одной узкой специальности. Полисемичные термины исследуемого нами подязыка могут иметь несколько лексико-семантических вариантов для обозначения того или иного явления. Исходя из этого, полисемией характеризуются термины каждой отрасли, и определяется данная многозначность как внутригрупповая. Рассмотрим явление полисемии в банковской сфере. Например, термин *principal* имеет следующие лексико-семантические варианты (далее ЛСВ): 1) первичный заемщик ссуды, 2) принципал, основное лицо сделки, действующее от своего имени и за свой счет (*act as principal*- действовать в сделке от своего имени), 3) лицо, контролирующее предприятия, 4) основная сумма ссуды (*face amount of loan*) или иной сделки. (*principal on bank loan* – основная сума банковской ссуды) 5) лицевая стоимость долгового обязательства[5;6]. Термин *credit* имеет следующие ЛСВ: 1) кредит (в значении ссуда), 2) кредит (пассивная сторона счета в бухгалтерском учете) 3) распоряжение кредитовать счет в бухгалтерском учете, 4) кредитовать, совершать кредитовую проводку (*credit account*- совершать кредитовую проводку по счету в бухгалтерском учете), 5) аккредитив [5;6]. Термин *position* при переводе на русский язык выражается следующими понятиями: 1) чистый остаток иностранной валюты банка, принимающий во внимание все активы и пассивы, выраженные в той валюте; 2) банковский перечень ипотек, хранящийся в портфеле; 3) статус кредитора, гарантированный дополнительным обеспечением или полностью необеспеченный, относительно других кредиторов отдельного заемщика; 4) доля инвестора на рынке, в форме открытых (неликвидированных) контрактов; 5) перечень дилера в определенной валюте [5;6].

Таким образом, в терминологии банковского дела, как в любой другой динамичной терминологической системе, имеет место явление многозначности, отражающееся в явлениях полисемии. Полисемия может вызвать определенные трудности при переводе банковской терминологии и, в частности, при выборе эквивалента наиболее точно отражающего значение термина. Кроме того, помимо внутригрупповой полисемии, имеет место

межотраслевая многозначность, так как приведенные в качестве примера термины широко употребляются и в других отраслях, так, термин *principal* в терминосистеме военного дела означает начальник учебного заведения, а в телекоммуникациях передается как главный абонент. Из этого следует, что полисемия вызывает значительные трудности при передаче терминов не только внутри определенной группы и но и между отраслями. Помимо многозначности, следует уделить внимание такому явлению как транстерминологизация, рассмотренному Анафиновой М.Л. в своей монографии «Международный дискурс и отраслевая терминология». В качестве объяснения данного явления приведем следующий отрывок из вышеуказанной монографии: «Закономерности функционирования терминов в международных договорах и контрактах определяются жанровыми и содержательными признаками документов, принадлежностью к профессионально-деловой сфере права. Значительную часть лексического пласта международного контракта составляют термины той области, по вопросам которой заключается контракт (дипломатической, торговой, финансовой). В тексте документа происходит переосмыслением терминов других сфер, термин становится составной частью терминосистемы данного договора. Все термины приобретают статус юридических, так как обеспечивают передачу директивной информации, имеющей юридическую силу» [7, 32].

Подводя итог, следует отметить, что банковская терминология постоянно подвергается изменениям и корректировкам, поэтому в ходе ее изучения крайне важно опираться на актуальную информацию. Кроме того, можно с уверенностью сказать, что среди банковских терминов присутствует множество терминов-заимствований и для того чтобы правильно понимать и употреблять данные лексические единицы необходимо изучить экстралингвистические факторы, повлиявшие на их формирование, а также проследить источники формирования банковской терминологии посредством изучения истории развития мировой банковской системы. Помимо этого, следует уделять внимания функционированию банковских терминов в составе международных договоров, так как исходя из вышеуказанной информации, термин может свободно переходить из одной терминосистемы в другую, усложняя при этом процесс понимания и, следовательно, перевода с одного языка на другой. При работе с исследуемой терминологией необходимо также обращать внимание на явление полисемии, которое также характерно данному подъязыку. Полисемия банковских терминов может составить значительную трудность во время перевода, поскольку переводчик может столкнуться с конфузом при выборе того значения, которое будет точнее всего передавать сущность того или иного понятия. Упомянутые обстоятельства, несомненно, усложняют работу переводчика и могут явиться причиной появления неточностей при передаче текста с одного языка на другой, но уделяя внимание вышеуказанным особенностям переводчик может преодолеть

трудности, связанные с переводом исследуемой терминосистемы.

Использованные источники:

1. Гринев С.В. Терминоведение. 2008 – с.9
2. Реформатский А.А. Термин как член лексической системы языка // Проблемы структурной лингвистики. 1968
3. Борисова Ю.А. Специальная банковская лексика: этимология, диахрония, современное состояние - Вестник МГОУ. Сер.: Лингвистика. - 2009. - № 3. - С. 115-118
4. М.П. Муравицкая . Некоторые вопросы полисемии. 1964
5. АBBYU Lingvo
6. Англо-русский словарь банковских терминов (Институт всемирного банка)
7. Анафинова М.Л. Международный дискурс и отраслевая терминология.

Калимуллина Э.М.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

**СОВРЕМЕННЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА СВЯЗИ И
ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИХ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ**

Аннотация: Статья посвящена этикетным нормам использования электронных средств связи в деловом общении. Современный деловой человек, работая в сложной коммуникативной среде, использует весь коммуникативный арсенал – начиная с устной передачи информации до использования современных средств коммуникации.

Ключевые слова: этикет, правила общения, телефонная связь, факсимильная связь, интернет, электронная почта.

В настоящее время в условиях обострения конкуренции в мире деловое общение становится важным фактором, определяющим успех деятельности не только отдельного человека, но подчас и целой фирмы, организации. Опытный руководитель ежедневно, наряду с решением финансовых, технических или организационных проблем, большую часть рабочего дня тратит на решение психологических задач, возникающих в процессе общения с партнёрами по бизнесу, потребителями, клиентами, сотрудниками внешних организаций, подчинёнными, коллегами, начальством.

При современном уровне развития науки и техники невозможно представить себе деловое взаимодействие без использования технических средств коммуникаций. Деловое общение как процесс, предполагает установление контакта между участниками, обмен определенной информацией для построения совместной деятельности, установления сотрудничества и т.д. Современный человек, работая в сложной коммуникативной среде, использует весь коммуникативный арсенал,

начиная с устной передачи информации до использования современных средств коммуникации [1, с.189].

Однако чтобы эффективно пользоваться самыми современными средствами коммуникации, необходимо иметь представление не только об их технологических коммуникативных возможностях, но и об особенностях делового общения с их использованием. Основные способы передачи деловой информации можно разделить на три вида: электронная почта, почтовая связь (службы доставки) и телефон. С развитием технологий сканеров и скорости передачи информации через интернет факсимильная связь и телеграммы постепенно выходят из обихода. Безусловно, при расширении географических границ бизнеса все больше и больше для ведения деловых переговоров используется интернет. Преимущества использования электронной почты неоспоримы: простота и независимость от расстояния, а также скорость – электронные письма доставляются мгновенно по всему миру. Для ведения деловой переписки или при заключении коммерческих сделок интернет, факс и телефон незаменимы.

Телефонная связь – одна из самых удобных видов связи между деловыми партнерами в реальном времени. На данный момент деловые и обычные неделовые телефонные переговоры одна из самых больших и важных частей человеческого общения. Поэтому в деловой практике переговоры при использовании телефона занимают очень важное место.

Значение телефонного общения для современных деловых людей трудно переоценить, поскольку это самый простой способ быстрого установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. По телефону ведутся важные переговоры, назначаются встречи, даже заключаются сделки. Умение деловых людей грамотно вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на репутацию фирмы, организации, предприятия, которую они представляют. Соблюдая правила этикета при телефонном разговоре, вы демонстрируете не только свой деловой профессионализм, но и общую культуру, образованность [2, с. 48].

Телефон – наш деловой партнер, сотрудничество с которым требует определенных этикетных знаний. Практика показывает, что даже беглое ознакомление с правилами телефонного этикета и техникой телефонных переговоров значительно улучшает качество работы в этой области деловых отношений. Иногда достаточно разъяснить самые типичные ошибки, и многие проблемы, связанные с эффективностью взаимодействия с клиентами компании, ее деловыми партнерами и корпоративным имиджем, исчезают, позволяя корректировать и совершенствовать стиль делового поведения.

Будьте вежливы в общении, и тогда оно доставит массу удовольствия вам и вашему собеседнику [3, с.110-111].

Факсимильная связь – простая и быстрая рассылка документов деловым партнерам, независимо от географического положения, что существенно ускоряет процесс принятия решений. Главным преимуществом

факсов перед телефонной связью – возможность передачи информации, которую невозможно передать словами, а именно: графики, гистограммы, документы на подписку, большое количество информации.

Электронная почта – один из самых эффективных, надежных и удобных способов передачи информации, который осуществляется при помощи всемирной глобальной сети. Самый быстрый и оперативный способ деловых коммуникаций, при помощи которого можно мгновенно пересылать большое количество информации в виде документов, картинок, сканов, видео и файлов любого вида с любым расширением. Это средство для деловых общений, полностью заменяет пересылку деловых писем при ведении переговоров.

В настоящее время телефон начинает уходить на второй план после электронной почты. Проверка рабочей электронной почты – одна из неотъемлемых должностных обязанностей современных сотрудников любой компании.

Интернет – это особая виртуальная инфраструктура, использование которой позволяет: принимать и передавать информацию, изменять и редактировать ее; обеспечивать связь между людьми вне зависимости от географического положения; увеличить скорость ведения дел. Благодаря интернету и существует электронная почта, все мгновенные менеджеры и программы для видео-конференций, использование которых позволяет нам позабыть о расстояниях [4].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что в современном мире использование новейших и уже устоявшихся технических средств деловых коммуникаций является необходимым профессиональным навыком для многих деловых профессий: юристов, менеджеров, бухгалтеров, экономистов, руководителей. Эти профессиональные навыки являются ключевыми в ведении деловых переговоров.

Использованные источники:

1. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко – М.: Юрайт, 2013. – 468 с.
2. Игебаева Ф.А. Этикет делового телефонного разговора // Развитие предприятий, отраслей, регионов России. Сборник статей IV Всероссийской научно-методической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2011. С. 48 – 50.
3. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
4. Технологические средства коммуникации [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://repetitora.com/tehnologicheskie-sredstva-kommunikacii> / (10.02.2016).

Камбулатова З.Ф.
магистр
ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ И ЭТИКЕТА

Аннотация. В данной статье рассмотрены принципы делового этикета. В современном деловом мире, с новым образом мыслей и действий, каждый, кто имеет отношение к офисной работе и бизнесу в целом, должны знать и соблюдать правила делового этикета.

Ключевые слова: деловая этика, деловой этикет, правило поведения и правило общения.

Общеизвестно, что движущей силой экономики являются потребности общества и производства, конкуренция. Эти факторы обуславливают непрерывную перестройку национальных экономик и мировой экономики в целом, сопровождающуюся исчезновением отдельных фирм и даже отраслей и возникновением других. При этом судьба отдельного работника в таких сложных условиях зависит не только от фатальности рока и воли начальства, но и от соответствия его качеств и потенций стоящим перед фирмой задачам. Мало быть способным к выполнению своей миссии – надо уметь сыграть эту роль перед другими, чтобы и они в вас поверили. Другими словами, вы должны быть в состоянии вести себя так, чтобы у нужных людей сложилось о вас благоприятное мнение.

Умение вести себя должным образом, т.е. соблюдение этикета, является сейчас одним из важнейших условий и способов вырваться вперед и сохранить лидерство в бизнесе. Необходимо твердо усвоить, что соблюдение делового этикета – один из элементов вашей профессиональной стратегии. Мало просто быть вежливым и воспитанным человеком. Нужны конкретные знания тонкостей этой области человеческих взаимоотношений. А их великое множество: как и когда, сказать нужное слово или промолчать, сделать соответствующий событию подарок, как составить полезный для дела круг общения и т.д., и т.п. – и все для того, чтобы эти контакты и поступки благоприятно отражались на делах фирмы и ваших собственных.

Деловой этикет является внешней формой отражающей внутренние нормы и принципы деловой этики. Иными словами, основные принципы делового этикета – это некий регулятор любых форм делового общения, включающего даже самые незначительные детали.

В основе правил делового этикета лежат общие предпосылки и основные принципы. Первые представляют собой следующие постулаты:

- к любому человеку, с которым имеешь дело в бизнесе, следует относиться с одинаковой учтивостью и уважением;
- правила этикетного поведения одинаковы для мужчин и для женщин.

Следующими составными частями рассматриваемой сферы являются три основных правила:

- золотое правило: относитесь к другим, ко всем без исключения, так, как вы бы хотели, чтобы относились к вам;

➤ пять волшебных слов: пожалуйста, благодарю Вас, отлично сделано;

➤ не смешивайте спиртное и наркотики с бизнесом. Но просто быть вежливым, доброжелательным недостаточно [1, с.310].

В деловом этикете общие принципы правильного поведения приобретают специфическую окраску, что выражается в следующих его основных принципах:

- Делай все вовремя.
- Не болтай лишнего.
- Думай не только о себе, но и о других.
- Одевайся, как положено.
- Говори и пиши хорошим языком.

Значительное место в профессиональной этике занимает разработка нормативных документов нравственного характера. Нравственные взаимоотношения как никакие другие, требуют тонкости в обращении, умения чувствовать и сочувствовать, щадить самолюбие людей. В деликатности воплощается вежливость общения, которая, по словам немецкого философа А.Шопенгауэра, для человека то же, что тепло для воска [2, с.93].

Овладение деликатной манерой общения требует специальных знаний по этикету вообще и управленческому – конкретно. Но главное состоит в практическом умении быть деликатным. Возрастание нравственного фактора в бизнесе и управлении – закономерность цивилизованной экономики, о чем убедительно свидетельствует опыт развитых стран мирового сообщества.

Формируя себя как делового человека, мы должны ясно осознавать, что такие черты как вежливость, тактичность, деликатность абсолютно необходимы не только для «умения вести себя в обществе», но и для обыкновенного житейского бытия. Нельзя забывать о культуре общения, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями, иметь свой, но непременно цивилизованный стиль поведения, свой, но непременно благородный образ. Тот самый имидж делового человека, который гарантирует нам не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности [3, с.36].

Использованные источники:

1. Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения: Учебник для бакалавров. М.: Издательство Юрайт, 2012. – 463с.
2. Игебаева Ф.А. Культура делового общения и особенности ее проявления в деятельности менеджера //Проблемы и перспективы социально-экономического развития современной России. Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: Изд-во «КУБиК», 2010. – С. 92 – 95.
3. Игебаева Ф.А. Значение нравственного фактора в управлении и бизнесе // Инновационные процессы в управлении предприятиями и организациями. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. –

Кенжаев Б.О.

ассистент

кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»

Каршиева Н.Х.

студент

кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»

Низамов О.Х., к.техн.н.

доцент

кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»

Ташкентский государственный технический университет

Узбекистан, г. Ташкент

ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В УЗБЕКИСТАНЕ

В данной статье рассмотрены вопросы использования не традиционных и возобновляемых источников энергии и анализируется их технический потенциал дальнейшего развития.

***Ключевые слова:** возобновляемая энергия солнца и ветра, малая гидроэнергетика геотермальная энергия, альтернативная энергетика.*

Узбекистан в числе тех государств, которые достигли энергетической независимости. В стране источниками выработки электроэнергии являются природный газ и нефтепродукты. Учитывая важное значение возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в экономии углеводородных ресурсов, обеспечении энергетической безопасности страны, а также в обеспечении электроэнергией, теплоснабжением и питьевой водой населения, проживающего в отдаленных от центрального энергоснабжения населенных пунктах, горных и степных районах, а также сезонных рабочих и членов экспедиций в республике все большее внимание придаётся развитию этого направления.

Узбекистан богат традиционными энергетическими ресурсами: природным газом, углем, нефтью, горючими сланцами, ураном, ресурсами для гидроэнергетики. Кроме урана и горючих сланцев, все остальные источники энергетических ресурсов активно используются в энергобалансе

страны (таблица 1).

Таблица 1.

Структура потребления первичных энергетических ресурсов
Узбекистана 2000-2015 гг.*

Виды первичных энергетических ресурсов	2000 год		2005 год		2015 год	
	тыс. т.н.э.	%	тыс. т.н.э.	%	тыс. т.н.э.	%
Всего	53765,1	100	55344,2	100	58282,6	100
Природный газ	45752,5	85,1	49091,2	88,7	53499,5	91,8
Нефть и газовый конденсат	7575,2	14,1	5611,1	10,1	4058,2	7,0
Уголь	0,831	0,002	0,846	0,002	0,793	0,001
Крупная гидроэнергетика	365,242	0,7	519,4	0,9	563,1	1,0
Малая гидроэнергетика	69,316	0,1	119,9	0,2	159,238	0,3
Прочие источники	2,064	0,004	1,720	0,003	1,720	0,003

* Коэффициенты пересчета в нефтяной эквивалент для Узбекистана: нефть – 1,005; природный газ – 0,8112; бурый уголь – 0,3007; каменный уголь – 0,594; электроэнергия – 0,86.

(т.н.э.- тонна нефтяного эквивалента, т.у.т.- тонна условного топлива, 1т.н.э. = 10 Гкал = 41,86 ГДж = 11,63МВтч = 1,43т.у.т.).

Согласно экспертным оценкам потенциал возобновляемых источников энергии Узбекистана составляет около 51 млрд. т н.э., технический потенциал – 182,32 млн. т н.э., что более чем в 3 раза превосходит текущий годовой объем добычи первичных энергетических ресурсов (таблица 2).

Как видно из расчетов, около 97% (т.е. 176,8 млн. т н.э.) потенциала приходится на солнечную энергию. На остальные виды ВИЭ приходится всего 3 процента технического потенциала. Вместе с тем, наиболее освоенным является потенциал малой гидроэнергетики (31,3% от технического потенциала и 13,3% от валового потенциала), что связано с более высокой экономической эффективностью этого вида альтернативной энергии [1].

С учетом экономической эффективности проектов, СО «Узсувэнерго» разработало программу развития малой гидроэнергетики на 2011-2015 гг. со строительством 140 малых ГЭС, в том числе первой очереди – наиболее рентабельных 20 ГЭС в ориентировочной стоимостью 260 млн. долларов. Реализация отраслевой программы позволит до конца 2015 г. увеличить генерирующие мощности Минсельводхоза до 613 МВт. и довести выработку электроэнергии на малых ГЭС до 2,19 млрд. кВт.ч.

Таблица 2.

Потенциал возобновляемых источников энергии в Узбекистане (млн. т н.э.)

Виды ВИЭ	Валовой	Технически	Освоенный
Гидроэнергия, всего	9,2	2,32	0,72
в т.ч. крупных рек	8,0	1,81	0,56
малых рек, водохранилищ и каналов	1,2	0,51	0,16
Солнечная энергия	50973	176,8	
Ветровая энергия	2,2	0,4	
Биомасса		0,5	
Геотермальные воды	0,2	0	0
Петротермальные ресурсы*	6700000	0	0
Всего	50993,8**	182,32	0,72

* Тепло сухих горных пород.

** Без учета петротермальных ресурсов, по которым отсутствует технология использования.

Источник: Заключительный отчет ПРООН «Перспективы развития возобновляемой энергетики в Узбекистане», Ташкент, 2007 г.

Валовой потенциал солнечной энергии, ежегодно приходящей на территорию Узбекистана, значителен и превышает энергетический потенциал всех разведанных запасов углеводородного сырья страны (таблица 3).

Таким образом, общий технический потенциал использования солнечной энергии на настоящем этапе составляет 176,8 млн. т н.э., или лишь 0,34% его валового потенциала. Однако даже этот показатель в 3 раза больше годового производства углеводородов в стране [2].

Распределение по территории общей продолжительности энергоактивных (3 м/с и более) скоростей ветра аналогично распределению средних скоростей. Максимальная длительность (6-8 тыс. ч за год) характерно для побережий и гребневой зоны горных хребтов. В пустынных районах такие скорости наблюдаются в течение 3-4 тыс. ч, в Ферганской долине около 1500 часов (таблица 4).

Таблица 3.

Валовой потенциал солнечной энергии по регионам Узбекистана

	Область	млн. т н.э.
1.	Андижанская	129
2.	Бухарская	4747
3.	Ферганская	215
4.	Джизакская	2090
5.	Кашкадарьинская	3027
6.	Хорезмская	542
7.	Наманганская	241

8.	Навоийская	14388
9.	Самаркандская	1703
10.	Сырдарьинская	327
11.	Сурхандарьинская	2554
12.	Ташкентская	1462
13.	Каракалпакстан	19548
	Всего:	50973

Оценка валового потенциала солнечной энергии произведена с учетом данных каждой актинометрической станции, репрезентативных для территорий с однотипными физико-географическими условиями, и солнечной радиации при реальной облачности.

Источник: Приложение А к Заключительному отчету Азиатского Банка Развития, Департамент Восточной и Центральной Азии и Министерства Сельского и Водного Хозяйства Республики Узбекистан, «Развитие возобновляемых источников энергии в Республике Узбекистан» 2005 г.

Валовой потенциал энергии ветра, оцененный на основании данных многолетних метеонаблюдений (более 10 лет) за скоростью ветра на метеостанциях Узбекистана, равен 2,22 млн. т н.э в год. Технический потенциал энергии ветра в республике оценивается в 0,43 млн. т н.э. в год [3].

Таблица 4.

Общая продолжительность (ч) энергоактивных скоростей ветра на некоторых станциях Центральной Азии

Станция	Скорость ветра, м/с		
	>3	>5	<3
Андижан	1760	790	7000
Каракуль	3960	1760	4800
Муйнак	5540	2960	3220
Нурата	3170	1320	5590
Тамды	5010	2550	3750
Тойтепа	1320	880	7440
Чимбай	4400	1760	4360
Янгиер	4660	2730	4100
Нарын	1670	400	7090
Хайдаркан	2630	980	6130

В заключение можно отметить, что изучение международного опыта и сопоставление его с условиями Узбекистана показывает, что в настоящее время все развитые страны и отдельные развивающиеся страны разработали и внедряют стратегии и программы в сфере альтернативной энергетики.

Основными факторами, побуждающими указанные страны заниматься внедрением альтернативной энергетикой являются: возрастание дефицита невозобновляемых ресурсов энергии; осознание высокого риска замены традиционных источников энергии атомной энергетикой; повышение технологического уровня оборудования для альтернативных источников энергии; для Узбекистана развитие солнечной электроэнергетики важно также и как пример альтернативы строительству гигантских плотин в регионе, богатом солнечной энергией и бедной водными ресурсами.

Использованные источники:

1. П. Каныгин. Альтернативная энергетика в ЕС: возможности и пределы. Экономист, № 1, 2010 г.
2. Заключительный отчет ПРООН «Перспективы развития возобновляемой энергетикой в Узбекистане», Ташкент, 2007 г.
3. Материалы Международной специализированной выставки-конференции «Чистая энергия. Энергосбережение». Ташкент, 9-11 марта 2006.

*Кених Н.В.
студент 2 курса
направление подготовки «Стандартизация и метрология»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
Россия, г. Краснодар*

**СЕРТИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ КАК МЕРА ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ
ПОЯВЛЕНИЯ НИЗКОКАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КОРЗИНАХ**

Аннотация: в статье рассмотрены актуальные вопросы в сфере сертификации продукции. Автором раскрываются проблемные аспекты сертификации как комплекс соответствия продукции определенным требованиям, направленным на предотвращение появления на рынке опасной продукции.

Ключевые слова: сертификация продукции, сертификат соответствия, потребительская корзина, потребительский рынок, сертификация, стандартизация, качество.

Abstract: the article deals with current issues in the field of product certification. The author reveals the problematic aspects of certification as a set of conformity of product to specified requirements aimed at preventing the emergence on the market of dangerous products.

Keywords: product certification, certificate of conformity, the consumer basket, the consumer market, certification, standardization, quality.

В процессе осуществления рыночных преобразований Россия столкнулась с наполнением потребительского рынка фальсифицированной и нелегальной продукцией. Это, в первую очередь, связано с тем, что основная масса потребителей, располагающая низкими финансовыми возможностями, отдает предпочтение ценовым характеристикам изделия и в значительно

меньшей степени руководствуется торговой маркой, символизирующей его качество и надежность. По этой причине нередки случаи, когда контрафактная продукция занимает доминирующее положение на прилавках, вытесняя тем самым сертифицированные товары.

Можно говорить, что сейчас в стране назрела потребность в радикальном улучшении функциональной работы всей системы защиты отечественного рынка от контрафактной и нелегальной продукции, а также непосредственной защиты потребителей и производителей продукции.

Политика государства в сфере защиты потребительского рынка на современном этапе включает определенный комплекс мер, предотвращая появление на рынке некачественной (опасной) в сочетании с сбалансированным введением в действие государственных и общественных механизмов по защите рынка на всем пути жизненного цикла продукции. Система управления качеством продукции базируется на комплексной стандартизации. Стандарты же определяют порядок и методы планирования повышения качества продукции, устанавливают необходимые требования к средствам и методам контроля, а также оценки качества продукции [1]. Управление качеством осуществляется на основе: государственных, международных, отраслевых стандартов и стандартов предприятий.

Стандартизация, главным образом, выступает как средство защиты интересов общества и конкретных потребителей и распространяется на все уровни управления качеством. В России действуют три государственных стандарта качества, которые и регламентируют порядок применения нормативных документов и, как следствие, обеспечивают качество продукции:

1. ГОСТ 40.9001-88 «Система качества. Модель для обеспечения качества при проектировании и разработке, производстве, монтаже и обслуживании».
2. ГОСТ 40.9002-88 «Система качества. Модель для обеспечения качества при производстве и монтаже».
3. ГОСТ 40.9003-88 «Система качества. Модель для обеспечения качества при окончательном контроле и испытаниях».

Одной из многих, а главное, эффективных мер по защите потребительского рынка является сертификация. В современном мире в условиях рыночных отношений, предприятия и организации сталкиваются с проблемой оценки качества и надежности своей продукции [2]. Опыт, накопленный за последние 10 лет, свидетельствует о том, что необходимым инструментом, который будет гарантировать соответствие качества продукции заявленным требованиям нормативно-технической документации, является сертификация.

Сама же сертификация продукции, представляет собой некий комплекс мероприятий, проводимых для подтверждения посредством сертификата соответствия продукции определенным стандартам или другим НТД.

Сертификация, безусловно, крайне эффективное средство в развитии

торгово-экономических связей страны, продвижении продукции и закреплении ее на достаточно длительный период времени на рынке. Именно все и это предопределило широкое распространение сертификации.

Вопросы безопасности, защиты здоровья и окружающей среды, определенно, заставляют законодательную власть, с одной стороны, устанавливать ответственность поставщика за ввод в обращение недоброкачественной продукции, с другой стороны, устанавливать обязательные к выполнению минимальные требования, которые касаются характеристик продукции, вводимой в обращение [3]. К первым относятся такие законодательные акты, как например, Закон «О потребителях», принятый в России, или закон об ответственности за продукцию, принятый в странах Европейского союза.

Для ввода в обращение продукции, которая относится к законодательно регулируемой области, требуется официальное подтверждение того, что она соответствует всем необходимым законодательством требованиям. Одной из форм такого подтверждения является сертификация продукции, проводимая независимой третьей стороной [4].

При получении положительного результата выдается «сертификат соответствия», подтверждающий соответствие продукции всем минимальным требованиям, которые установлены национальным законодательством. Этот документ и будет являться пропуском продукции на рынок в законодательно регулируемой области, тем самым гарантируя соблюдение всех предъявляемых мер и мероприятий по контролю качества продукции.

Использованные источники:

1. Молчанова Е.В., Молчанова Н.В. КАНАРСПИ как комплексный подход к решению проблемы повышения качества продукции на предприятии. / В сборнике: Социально-гуманитарные и психологические науки: теоретико-методологические и прикладные аспекты. Материалы Международной научно-практической конференции, Тихорецк: фил-л КубГУ в г. Тихорецке, 2015.
2. Молчанова Е.В., Сердюк И.И. Проблемы востребованности и конкурентноспособности специалистов. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. Т.3. №11. С.209-211.
3. Молчанова Е.В., Молчанова Е.В. Особенности управления качеством в сфере транспортных услуг. Научно-практический электронный журнал «Экономика и социум» №3(16) 2015 - [Электронный ресурс] - <http://www.iupr.ru>
4. Радкевич Я. М. Метрология, стандартизация и сертификация: учебник для бакалавров / Я. М. Радкевич, А. Г. Схиртладзе. - 5 изд., перераб. и доп. - М. Издательство Юрайт, 2014. - 813 с.

*Козлова М.А., к.техн.н.
доцент*

кафедра «Экономическая кибернетика»

Виноградова Ю.В.

студент 3 курса

Масленикова Т.В.

студент 3 курса

экономический факультет

Костромская ГСХА

Россия, г. Кострома

ТИПОЛОГИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Аннотация: статья посвящена построению типологических группировок городских округов и муниципальных районов Костромской области по демографической ситуации. Построена группировка по степени удаленности от регионального центра, проведена многомерная кластеризация по статистическим показателям естественного и миграционного движения населения.

Ключевые слова: типология, кластерный анализ, демографическая ситуация, миграционный прирост.

*M. A. Kozlov, candidate of technical Sciences, associate Professor
associate Professor of the Department "Economic Cybernetics"*

*Kostroma state agric
ultural Academy*

Russia, Kostroma

*Vinogradova Yu.V., Maslennikova T. V.
students*

3rd year, faculty of economic

Kostroma state agricultural Academy

Russia, Kostroma

THE TYPOLOGY OF MUNICIPAL DISTRICTS OF THE KOSTROMA REGION ON THE DEMOGRAPHIC SITUATION

Abstract: the article is devoted to the construction of typological groups of urban districts and municipal districts of the Kostroma region on the demographic situation. Built grouping according to the degree of remoteness from the regional center conducted a multivariate clustering statistical indicators of natural and migration movement of population.

Key words: typology, cluster analysis, demographic situation, migration growth.

Изучение основных статистических показателей, характеризующих естественное и миграционное движение в городских округах и муниципальных районах Костромской области проведенное в работе [3] выявило существенные различия в складывающейся демографической ситуации внутри области, т.е. тенденция общей убыли населения области происходит на фоне заметной дифференциации ее уровня и динамики в

муниципальных образованиях. Поэтому целью дальнейшего исследования является разработка типологии муниципальных образований области по демографическим характеристикам, которая необходима для решения практических задач муниципальной политики в области промышленности, строительства, транспорта, образования, здравоохранения и т.д.

В чем причина столь разной ситуации в пределах одной области? Возможно, определяет зависимость показателей миграционного и естественного прироста населения удаленность от регионального центра. Для проверки гипотезы города и районы области были сгруппированы по степени пространственной удаленности от Костромы следующим образом: центр и прилегающие к центру районы - до 50 км, среднеудаленные районы - 50-100 км, удаленные - 100-200 км и отдаленные районы более 200 км. Картограмма представлена на рисунке (рисунок 1).

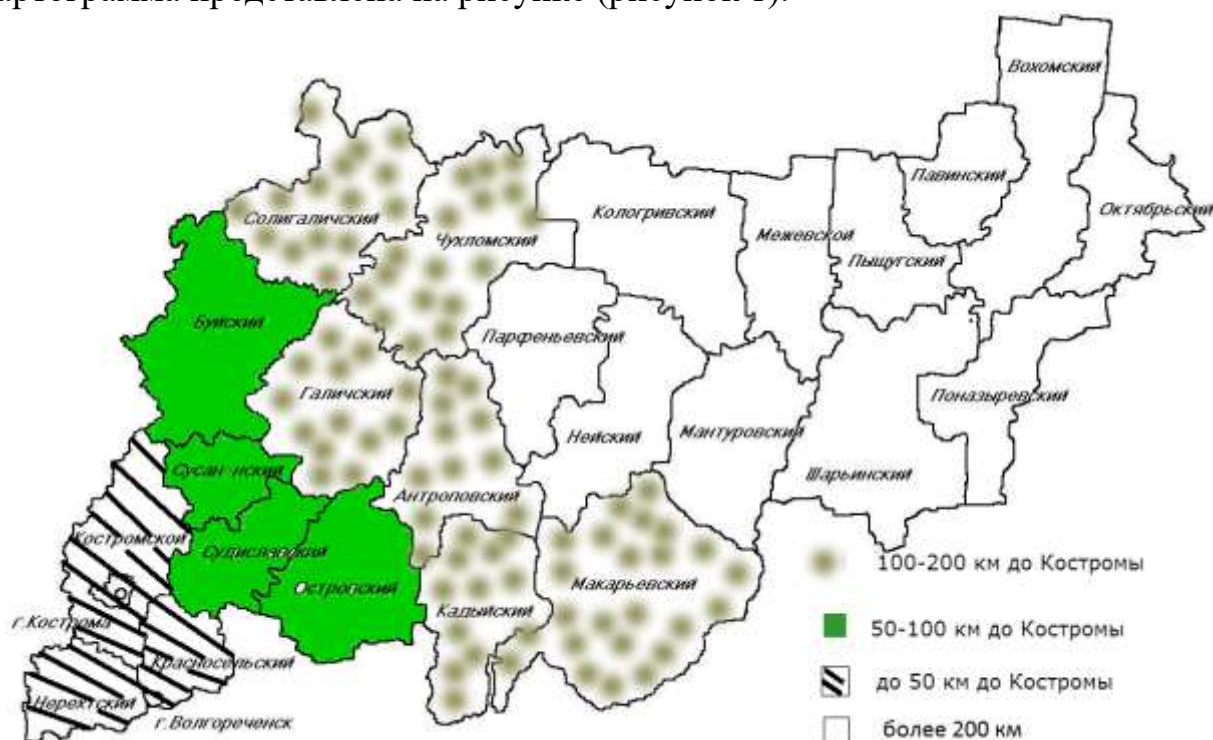


Рисунок 1 – Картограмма сгруппированных муниципальных образований Костромской области по степени пространственной удаленности от регионального центра

Характеристики выделенных групп по основным демографическим показателям за 2014 год представлены в таблице 1.

Группа «Центр и прилегающие к центру территории», в которую входят Красносельский район, Нерехтский район, г. Кострома, Костромской район и г. Волгореченск имеет положительный общий прирост населения. Прежде всего, это связано с низкими коэффициентами смертности и выбытия. Коэффициент смертности является самым низким по сравнению с другими группами. Данный факт связан с тем, что смертность в сельской местности исторически выше, чем в городах.

Среднеудаленные районы характеризуются отрицательным приростом населения. В этой группе наблюдаются самые высокие коэффициенты смертности, рождаемости, брачности и прибытия за 2014 год, а коэффициент разводимости является наименьшим.

Таблица 1 – Характеристики групп муниципальных образований, объединенных по степени пространственной удаленности от регионального центра

Наименование показателя	Группы			
	Центр и прилегающие к центру районы	Среднеудаленные районы	Удаленные районы	Отдаленные районы
Общий прирост на 1000 человек	6,81 (1)10	-13,10 (2)	-17,06 (3)	-19,13 (4)
Число родившихся на 1000 человек	12,31(3)	14,73(1)	12,05(4)	13,15(2)
Число умерших на 1000 человек	14,02(1)	19,31(4)	18,30(2)	18,68(3)
Естественный прирост на 1000 человек	-1,71(1)	-4,58(2)	-6,25(4)	-5,53(3)
Брачность на 1000 человек	8,43(2)	10,78(1)	7,88(4)	8,18(3)
Разводимость на 1000 человек	5,21(4)	4,87(1)	5,00(2)	5,18(3)
Число прибывших на 1000 человек	43,60(2)	53,56(1)	42,56(3)	41,38(4)
Число выбывших на 1000 человек	35,08(1)	62,09(4)	53,38(2)	54,97(3)
Миграционный прирост на 1000 человек	8,52(1)	-8,52(2)	-10,81(3)	-13,59(4)
Средний рейтинг группы	1,8	2	3	3,2

В удаленных районах прослеживаются минимальные коэффициенты рождаемости и естественного прироста, нет ни одного «лучшего» показателя

¹⁰ рейтинг показателя

Отдаленные районы характеризуются низким коэффициентом прибывшего населения. Это объясняется тем, что молодых людей здесь ничего не привлекает, а наоборот отталкивает. Многие из деревни пытаются переехать в город, это связано с недостатком рабочих мест на малой родине; только в самой Костроме можно получить высшее образование, поэтому школьники сразу после 11 класса уезжают из деревень, сёл. Получив высшее образования, никто не пытается вернуться на село, все хотят закрепиться в городе: пытаются устроиться на работу по профессии, выходят замуж (женятся), рожают детей.

Анализ данных, представленных в таблице 1 за 2014 год, выявил закономерность от пространственной удаленности двух показателей - общий и миграционный приросты на 1000 человек, что нельзя сказать о данных за 2006 году, где не прослеживается определённая территориальная зависимость. Поэтому была проведена многомерная классификация городских округов и муниципальных районов Костромской области с использованием кластерного анализа по статистическим показателям естественного и миграционного движения населения, что позволило разбить совокупность на 4 кластера (рисунок 2).

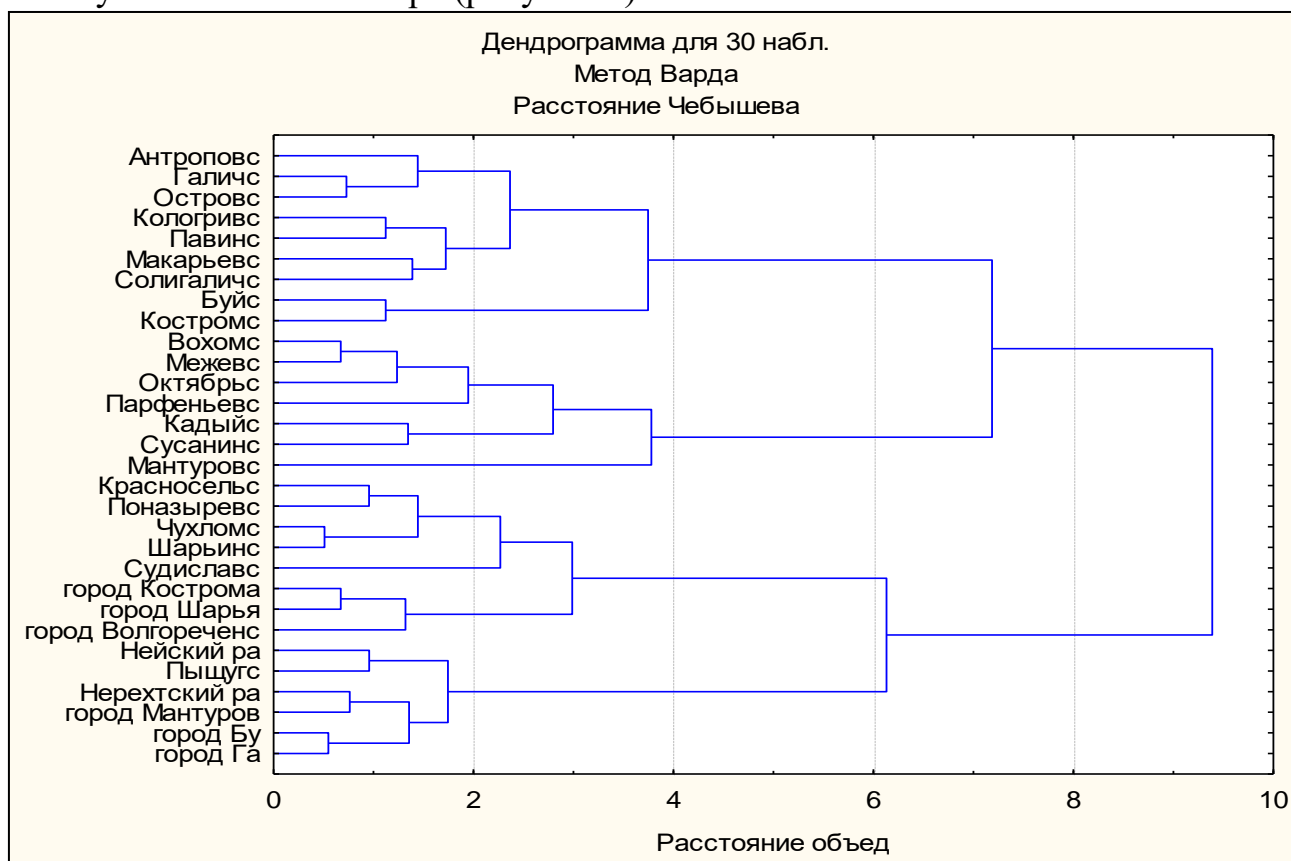


Рисунок 2 – Кластерный анализ муниципальных образований
Костромской области

На рисунке 3 представлена картограмма Костромской области с выделением полученных кластеров.

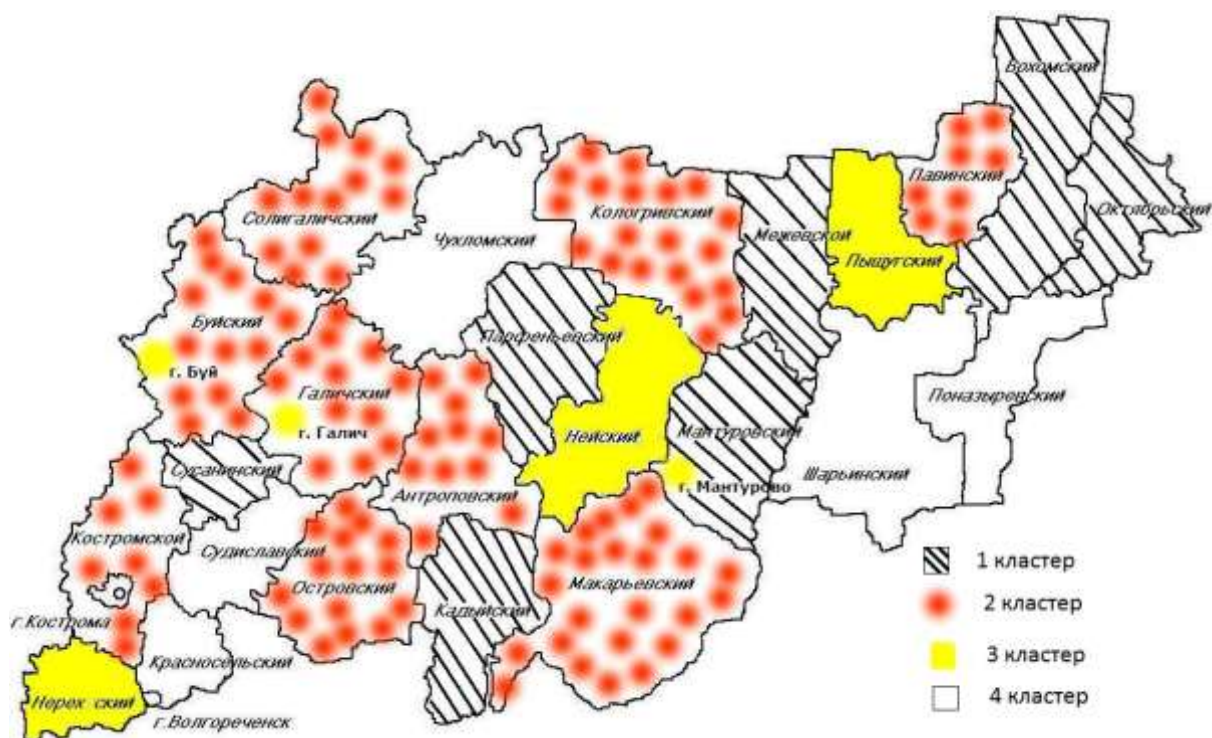


Рисунок 3 – Картограмма Костромской области по результатам кластерного анализа

В основу кластеризации были положены общие коэффициенты рождаемости, смертности, брачности, разводимости, а также коэффициенты прибытия и выбытия. В таблице 2 представлены характеристики полученных кластеров.

Таблица 2 – Характеристики кластеров

Показатель	1 кластер	2 кластер	3 кластер	4 кластер
Число умерших на 1000 человек	22,75	17,68	16,99	14,27
Число родившихся на 1000 человек	14,63	11,69	11,81	12,76
Число прибывших на 1000 человек	54,76	55,73	39,66	40,19
Число выбывших на 1000 человек	71,22	64,55	47,45	33,34
Брачность на 1000 человек	9,85	7,97	7,55	8,64
Разводимость на 1000 человек	5,4	4,07	6,25	5,13
Миграционный прирост на 1000 человек	-16,46	-8,82	-7,79	6,85
Естественный прирост на 1000 человек	-8,12	-5,99	-5,18	-1,51
Общий прирост на 1000 человек	-24,58	-14,81	-12,97	5,34

Как видно, первый кластер, в который вошло 7 муниципальных районов, характеризуется высокими показателями смертности. Средний возраст населения муниципальных образований этой группы самый высокий (таблица 3), об этом же говорит коэффициент нагрузки пожилыми людьми и коэффициент старости. Данные показатели занимают максимальные значения в анализируемой совокупности и составляют соответственно 54,93 и 24,94. Коэффициент выбытия занимает лидирующее положение 70,98. Это связано с социально-экономическими причинами. Происходит большой

отток населения из-за недостатка рабочих мест. Об этом говорит коэффициент оборота по приему на работу, который является наименьшим и составляет 15,8 [1]. Кроме этого, низкое значение имеет коэффициент замещения, который составляет 0,809. То есть имеет место сокращение числа занятых и увеличение безработицы. Тем не менее группа характеризуется наибольшими значениями общих коэффициентов рождаемости и брачности, что соответствует благоприятной демографической ситуации.

Таблица 3 – Сравнительная характеристика кластеров

Наименование показателя	1 кластер	2 кластер	3 кластер	4 кластер
Процент женщин	53,7	53,3	55	54,5
Коэффициент старости	24,9	21,9	22,4	20,3
Коэффициент нагрузки детьми	33,3	29,6	32,5	28,6
Коэффициент нагрузки пожилыми	54,9	47,9	50,6	42,1
Коэффициент оборота по приему	15,8	23,3	16,9	28,4
Коэффициент оборота по выбытию	19,5	26,4	18,6	31,1
Коэффициент замещения	0,809	0,881	0,908	0,914
Средний возраст	42,6	40,95	40,36	38,93
Средний возраст женщин	45,1	45,8	43,2	41,3

Для второго кластера характерна обратная ситуация – наименьшее значение общего коэффициента рождаемости. Это связано с тем, что в данной типологической группе находятся женщины немолодого возраста, средний возраст которых является наивысшим и составляет 45,8 лет. Следует также отметить, что в этой группе сосредоточено наименьшее количество женщин (53,27%), чем в других кластерах.

Что касается третьего кластера, в данный кластер вошли в основном города: г. Галич, г. Буй, г. Мантурово, г. Нея, г. Нерехта, то для него характерен самый низкий коэффициент прибытия. Это связано с движением рабочей силы. Коэффициенты оборота по приему и выбытию имеют наименьшие значения, а именно 16,87 и 18,58 соответственно. Это говорит о том, что для людей, приезжающих в эту группу, такая ситуация с движением рабочей силы не привлекает, а наоборот отталкивает. Здесь коренное население имеет своё постоянное место работы и сильно дорожит им.

Только для четвертого кластера характерна ситуация, где миграционный приток превышает естественную убыль. Для всех остальных групп ситуация обстоит иначе – естественная убыль превышала миграционный отток. Группа характеризуется низкими показателями смертности. Это обуславливается тем, что в группе проживает более молодое население по сравнению с другими кластерами. Об этом говорит коэффициент нагрузки пожилыми людьми и коэффициент старости. Эти показатели имеют минимальные значения и составляют соответственно 42,13 и 20,3 [2]. Здесь наименьший средний возраст населения, который составляет 38,93 лет. Коэффициент выбытия также имеет самый низкий

показатель. Такая ситуация объясняется движением трудовых ресурсов. В данной группе коэффициент оборота по приему занимает высокое положение из всех остальных групп и составляет 28,39. Кроме этого, коэффициент замещения тоже имеет наивысший показатель, а именно 0,914. Из всего следует, что это дает людям представление о том, что в данной группе есть рабочие места. То есть имеет место увеличение числа занятых и сокращение безработицы. Многомерные средние по выделенным кластерам, представленные в таблице 4, позволяют сделать вывод, что к районам с наиболее благоприятной демографической ситуацией можно отнести районы первого кластера, с уровнем развития выше среднего - районы второго кластера; со средним уровнем развития - районы четвертого кластера; с уровнем развития ниже среднего - районы третьего кластера.

Таблица 4 – Многомерная средняя по группам районов

Номер кластера	Муниципальные образования	Многомерная средняя по кластеру	Ранг
1	Мантуровский, Сусанинский, Кадыйский, Парфеньевский, Октябрьский, Межевской, Вохомский районы	0,72	1
2	Костромской, Буйский, Солигаличский, Макарьевский, Павинский, Кологривский, Островский, Галичский, Антроповский районы	-0,09	2
3	города: Буй, Галич, Мантурово, г. Нерехта и Нерехтский район, г. Нея и Нейский район, Пыщугский район	-0,39	4
4	города: Волгореченск, Шарья, Кострома; Судиславский, Шарьинский, Чухломский, Поназыревский, Красносельский районы.	-0,24	3

Решение демографических проблем невозможно без кардинального изменения социально-экономического положения муниципальных образований. Задачей органов местного самоуправления, как наиболее приближенных к населению, является непосредственное предоставление комплекса муниципальных услуг, обеспечивающих условия для стабильного воспроизводства человека, поэтому следующим этапом работы будет оценка эффективности работы органов местного самоуправления по реализации муниципальной социально-демографической политики.

Использованные источники:

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2015. – 1266 с. ISBN 978-5-89476-411-5 http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/region/reg-pok15.pdf ;
2. Демографический ежегодник - Костромская область Стат. сборн. – Кострома: Тер. орган Федеральной службы гос. статистики по Костромской обл. (Костромастат), 2007-2015;

3. Масленикова Т.В., Козлова М.А. Дифференциация естественного движения и миграции населения Костромской области [Текст] / Т.В. Масленикова, М.А. Козлова // Экономика и социум, 2016.

*Колмакова Е.Н.
студент 3 курса
факультет «Информационные системы и технологии»
Поволжский Государственный Университет
Телекоммуникаций и Информатики
Россия, г. Самара*

ОБЗОР ОСОБЕННОСТЕЙ ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ KOTLIN

Статья посвящена обзору языка программирования Kotlin. Описаны его преимущества перед другими языками. Рассмотрены основные возможности, отсутствующие в Java.

Ключевые слова: Kotlin, Java, языки программирования, функции

The article provides a review of Kotlin language. Describe it is advantages over other languages. Consider the main features that not present in Java.

Keywords: Kotlin, Java, programming languages, functions

В наши дни существует множество языков программирования, среди которых есть действительно мощные и многофункциональные. Но ни один синтаксис не является универсальным. Потому, появление новых языков явление довольно частое. Рассмотрим Kotlin, один из таких языков, который подает большие надежды на будущее.

Kotlin - это новый статически типизированный язык программирования, ориентированный на платформу Java. Его главные особенности прежде всего направлены на безопасность, выразительность, краткость и универсальность кода. Однако история разработки «альтернативных» Java языков насчитывает более десятилетия, поэтому у Kotlin немало конкурентов - Scala, Fantom и Gosu, да и сама Java тоже не стоит на месте. Но всё же Kotlin имеет хорошие перспективы, и тому есть несколько причин.

Во-первых, компания JetBrains, которая занимается созданием языка, хорошо разбирается в современных инструментах разработки и за долгое время существования накопила большой опыт в области языков программирования, а также собрала сильную команду специалистов. Kotlin приходит к нам из индустрии, а не научного сообщества. Он решает реальные проблемы, с которыми сталкиваются работающие программисты сегодня.

Во-вторых, необходимость создания нового языка существует давно, но создать такой язык, который бы позволил взять (огромную) готовую кодовую базу Java, обычных Java-разработчиков, дать им новый инструмент и более эффективно продолжать разработку — такого инструмента до

появления Kotlin не существовало.

Каковы же основные особенности этого языка?

Null-безопасность. Null Pointer Exception одна из самых распространённых ошибок во многих языках программирования, в том числе и Java. Например, если создать строку, присвоить ей значение null и вызвать её в каком-нибудь методе, то во время выполнения мы получим Null Pointer Exception. В Kotlin мы получим ошибку еще на этапе компиляции. Таким образом, возможно заранее определить, будет ли переменной безопасной и содержать значение null или нет.

Отсутствие сырых типов (raw types) – обобщённых типов, употребляемых без параметров. Основной недостаток применения таких типов — потеря типовой безопасности, обеспечиваемой настраиваемыми типами. Бывает, что иногда ничего неизвестно о типе аргумента, но по-прежнему есть необходимость использовать его безопасным способом. Верным путем здесь будет написать, что мы имеем дело с объектом, не потребляющим никаких значений неизвестных типов, и имеющего верхнюю границу соответствующего параметра. Kotlin обеспечивает сокращенный синтаксис для этого: в записи Foo <*> означает Foo <out Var>, где Var является верхней границей для параметра типа Foo.

Отсутствие проверяемых исключений. Механизм проверяемых исключений основан на добавлении метод класса описание в явном виде всех исключений, которые он может сгенерировать. Кроме того, функция, вызывающая метод с объявленными исключениями, для каждого из них должна содержать обработчик, либо указывать этот тип как генерируемый ею в своём описании.

Например, интерфейс JDK, реализованный классом StringBuilder Appendable append (CharSequence csq) throws IOException;

В этом коде описывается, что каждый раз при добавлении чего-либо к строке, эти исключения IOExceptions должны быть обработаны. Зачем? Потому что это может быть выполнение операций ввода - вывода (Writer также реализует Appendable). Так что это приводит к такого рода кода во всех местах:

```
try {log.append(message) } catch (IOException e ) { // Must be safe }
```

Все это слишком громоздко, потому что Kotlin не поддерживает проверяемые исключения

Шаблоны строк. Эта особенность позволяет уменьшить объем кода. Так, при формировании строки в Java приходится использовать конкатенацию, чтобы поместить значение переменной в середину строки.

```
val apples = 4 println("I have " + apples + " apples.")
```

В Kotlin все гораздо проще, достаточно добавить к имени переменной знак \$.

```
val apples = 4 println("I have $apples apples.")
```

Свойства. Типичный класс Java представляет наличие приватных полей и методов getter и setter. Это слишком шаблонно и Kotlin позволяет

реализовать это лучше. Необходимо определить поля класса как переменные, и они являются публичными по умолчанию, а об инкапсуляции заботится компилятор, который самостоятельно генерирует getter и setter.

Классы-расширения. Это одна из самых мощных возможностей в Kotlin. Она заключается в возможности определить метод для типа отдельно от его объявления. Ниже мы имеем функцию, которая проверяет, если мы запустили версию Lollipop или выше, то она принимает целое число в качестве аргумента:

```
public fun isLollipopOrGreater(code: Int): Boolean {
    return code >= Build.VERSION_CODES.LOLLIPOP
}
```

Но мы можем изменить его к функции расширения, поставив тип и точку перед именем функции, и используя ключевое слово `this`:

```
public fun Int.isLollipopOrGreater(): Boolean {
    return this >= Build.VERSION_CODES.LOLLIPOP
}
```

И теперь можно вызвать эту функцию из числа `16.isLollipopOrGreater()`

Это может быть любое целое число или литерал, также возможно сделать для `final` классов. Данные методы могут быть определены в любом месте. Все это увеличивает понятность и читаемость кода.

Классы данных. Иногда возникает необходимость написать класс, который ничего не делает, а только хранит данные. В Kotlin для такого существуют классы данных, которые помечаются как `data`:

```
data class Human (val name : String , val age : Int)
```

В данном случае компилятор, генерирует в классе `Human` несколько стандартных методов: `equals()/hashCode()`, `toString()` и `component1()`, `component2()`, `copy()`. Все эти функции используют свойства класса, объявленные в первичном конструкторе. Так, `component1()` возвращает `name`, а `component2()` — `age`. Кроме того, классы данных дают возможность возвращать несколько значений из функции, не используя кортежи, что значительно улучшает читаемость кода.

Функции высшего порядка, то есть функции, которые могут возвращать функции передавать в качестве параметров, возвращать из других функций, а также **лямбда-выражения** или анонимные функции - это функции, которые не объявлены, не имеют названия, но передаются как выражение.

В заключение можно сказать, что многие особенности Kotlin не новы, и пришли из других языков, но их очень ждали именно в Java. Количество проектов на нем становится все больше и больше, в будущем Kotlin мог бы стать хорошей заменой Java в больших проектах и удобным инструментом для создания небольших проектов, благодаря своей простоте гибкости, дающих разработчику больше возможностей для написания быстрого и

качественного кода.

Использованные источники:

1. Официальный сайт языка программирования Kotlin [Электронный ресурс] URL: <http://kotlinlang.org>
2. Многофункциональный сайт Хабрахабр [Электронный ресурс] / URL: <http://habrahabr.ru/>

Комеков С. Д.

студент

ФГБОУ ВПО Самарский государственный

экономический университет

Россия, г. Самара

К ВОПРОСУ О СООТНОШЕНИИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ И ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

В статье рассматриваются юридическая процедура как правовая категория, юридический процесс как вид юридических процедур, а также соотношение понятий «процедура» и «процесс» на современном этапе развития юридической науки.

This article discusses legal procedure as a legal category, the legal process as a kind of legal procedures, and the ratio of the concepts of «procedure» and «process» in the present stage of development of legal science.

Ключевые слова: юридическая процедура, правовая категория, юридический процесс.

Keywords: course of law, legal category, legal process.

В юридической терминологии обозначается ряд понятий, которые нашли широкое применение в обиходе. К числу таких, безусловно, можно отнести термины «правовая процедура» и «юридический процесс», употребление которых характеризуется взаимосвязанностью и взаимозаменяемостью. Между тем, соотношение процедуры и процесса, возможность их отождествления и признания синонимичными в кругах ученых вызывают ряд дискуссий. Учитывая частоту, с которой в юридической литературе встречаются обозначенные термины, актуальность данного вопроса предполагается весьма существенной.

Одновременно с этим, правовая доктрина не выработала единообразного понимания категории «юридический процесс». По мнению Е. Г. Лукьяновой, многообразие подходов к определению обозначенного понятия можно свести к пяти основным направлениям. В соответствии с первым, под юридическим процессом понимается юрисдикционная и иная охранительная деятельность органов правосудия, имеющая своей целью разрешение споров о праве и применение в этой связи метода принуждения. Второй подход выражается в том, что в юридический процесс входит юрисдикционная и иная охранительная деятельность органов

государственной власти, органов государственной власти субъектов федерации и органов муниципальной власти. Третье определение категории «юридический процесс» включает в себя всю правоприменительную и правотворческую деятельность уполномоченных на то органов государственной власти и иных субъектов. Согласно ещё одной, весьма схожей точке зрения, к исследуемому термину относят вообще любую юридическую деятельность, которая возникает при осуществлении государственными органами своих функций. Наконец, пятый подход к определению юридического процесса подразумевает под данным понятием реализацию норм материального права, являющейся безотносительной к формам [1, С.39]. Следует отметить, что большинство подходов различается только в придаваемом понятию объеме, и эти подходы можно условно выстроить в качестве числовой последовательности в порядке возрастания, либо убывания.

В свою очередь, термин «правовая процедура» также не обладает достаточной степенью исследованности, и в юридической науке равным образом не сформулировано единого мнения относительно его содержания, структуры и классифицирующих признаков.

По мнению В. Н. Протасова, процедура как общесоциальное явление представляет собой систему, характеризующуюся следующими особенностями:

- Во-первых, система ориентирована на достижение конкретного социального результата;
- Во-вторых, система состоит из последовательно сменяющих друг друга ступеней деятельности;
- В-третьих, система создает нормативно закрепляемую модель развития, движения какого-либо явления;
- В-четвертых, находится в динамике, непрерывном развитии;
- И, наконец, в-пятых – эта система выступает средством реализации главного для нее общественного отношения [2, С. 16-17];

Отличительным признаком правовой процедуры от социальной процедуры является её привязанность к правовой среде. В связи с этим, в доктрине существует мнение, что правовая процедура – это структурный элемент юридического процесса, нормативно-установленный порядок осуществления последовательных юридически-значимых действий, направленный на реализацию норм материального права, охраняемый от правонарушений правовыми санкциями [3, С. 80-85].

Правовые процедуры имеют огромное значение для реализации и охраны прав и свобод. Фактически, правовые процедуры являются одним из системообразующих элементов всего юридического процесса. Поэтому любая процедура, реализуемая в правовом поле, должна соответствовать всем стандартам юридической деятельности. Отсутствие определенности в толковании может придавать применяемым терминам негативную окраску, что недопустимо для развитого демократического общества. В связи с этим,

вполне очевидной является потребность в разграничении исследуемых понятий.

Использованные источники:

1. Лукьянова, Е.Г. Теория процессуального права. 2-е изд., перераб. М., 2004. С. 39.
2. Протасов, В. Н. Юридическая процедура. М., 1991. С. 16-17.
3. Ланг, П. П. Правовая процедура и юридический процесс. Современные проблемы права и управления. 5-я Международная научная конференция: сборник докладов / Институт законовещения и управления Всероссийской полицейской ассоциации. 2015. С. 80-85.

Крыгин З.В.
студент 3 курса
институт «Экономики и управления»
Овчинникова И.В.
научный руководитель
«Кузбасский государственный технический
Университет имени Т.Ф. Горбачёва»
Россия, г. Кемерово

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ, СПЕЦИАЛИСТОВ И СЛУЖАЩИХ

В статье рассматривается повышение квалификации руководителей, специалистов и служащих. Современное производство предъявляет высокие требования к обновлению конкретных знаний и навыков не только рабочих, но и других категорий промышленно-производственного персонала. Главная задача повышения квалификации руководителей – обеспечить быструю реализацию новых научных, технических, организационных и экономических идей в практику деятельности предприятия. Один из путей совершенствования системы повышения квалификации этой категории работников – переход от сложившейся практики периодического обучения к непрерывному обновлению знаний. Поэтому повышение квалификации руководителей, специалистов и служащих должно стать основной частью государственной системы непрерывного образования с подключением сюда системы высшего и среднего образования страны.

Повышение квалификации служащих и категорий специалистов осуществляется в различных формах. В частности, это могут быть курсы при предприятиях и учреждениях с использованием в качестве преподавателей как собственных квалифицированных работников, так и специалистов со стороны. Такая форма повышения квалификации носит оперативный характер и обеспечивает достаточную целенаправленность подготовки.

Организацию работы осуществляет отдел подготовки кадров, а при его отсутствии – отдел кадров.

Более глубокие знания по широкому кругу вопросов в порядке

повышения квалификации можно получить на специальных факультетах или курсах повышения квалификации при высших учебных заведениях, учебных центрах, в отраслевых или межотраслевых институтах повышения квалификации и их филиалах, а также на курсах, семинарах, которые устраивают многочисленные фирмы, специализирующиеся на нужды предприятий и организаций.

Повышение квалификации руководителей и специалистов будет более эффективным при соблюдении принципа преемственности обучения и последующего рационального использования кадров с учетом приобретенных ими знаний и навыков. Чтобы повысить ответственность кадров и заинтересовать их в непрерывном повышении своей квалификации, необходимо обеспечить взаимосвязь результатов повышения квалификации, аттестации, должностных перемещений и оплаты труда работников с качеством знаний и эффективностью их практического использования.

Работа по повышению квалификации является основной частью подготовки кадрового резерва и потому предусматривается коллективными договорами администрации с работниками предприятия, а сами мероприятия по повышению квалификации находят отражение в системе планирования на предприятии.

Острой потребностью стало улучшение связей и координации деятельности специализированных учебных заведений и различных форм производственного обучения. Непрерывное образование решает задачи до обучения управляющих и специалистов, развития их профессиональных навыков. Также происходит обучение новым методам и приемам работы, переподготовки, ускорения внедрения в практику управленческих и научно-технических новшеств, повышение уровня управления и экономической работы. Руководитель проходит несколько этапов подготовки. Первый этап – базовое обучение в высшем учебном заведении. Именно в рамках этой специализации готовятся будущие специалисты по управлению производством, финансами, маркетингу, планированию и другим функциональным дисциплинам.

Подготовка управляющих не замыкается на вузовских программах, несмотря даже на увеличение доли министерских программ. Виды обучения руководителей среднего и высшего звена многообразны. Они включают в себя: самообразование, курсы различной продолжительности с отрывом и без отрыва от производства, семинары, симпозиумы, стажировки, аспирантура, переподготовка.

В системе повышения квалификации на производстве существуют жесткие экономические критерии. Эта система ориентируется на конечный практический результат, осуществляется тщательный контроль и обязательно оценивается эффективность каждой программы. Повышение квалификации происходит в двух основных формах тренировки профессиональных навыков и развития работников. В последнем случае обычно предполагается подготовка к следующей должности.

В зарубежных странах есть центры оценки для аттестации управленческого персонала. Задача центров заключается в выявлении с помощью экспертов, на основе специальных тестов и упражнений, потенциальных способностей работников. Существуют 3 группы оценок: оценка работника (потенциал); должностные требования (нормативы); фактическое функционирование (результат). С помощью их сравнений анализируется потребность в подготовке, повышении квалификации или проведении других организационных мероприятий.

Широко распространена в США и Японии ротация – планомерно организованная смена должностей руководителей всех рангов. Руководителя, проявившего на том или ином участке работы организаторские способности, направляют на другую работу с тем же уровнем ответственности, но с другими функциями, другой обстановкой, или с более высоким уровнем ответственности. Ротация может применяться и к молодым специалистам в качестве введения их в курс дела, ознакомления с различными сторонами деятельности и подразделениями предприятия, повышения уровня их информативности.

Рассматривая кадры как важнейший ресурс производства, фирмы ставят задачу его оптимального использования, прежде всего за счет повышения качества, в том числе с помощью программ привлечения рабочей силы, кадрового планирования, отбора, мотивации, подготовки и повышения квалификации. Единая кадровая политика строится на базе тщательно разработанных стандартов устанавливающих требования к персоналу, подробной регламентации порядка работы с ними, введения типовых процедур работы с кадрами.

Переход к новым технологиям требует значительных затрат, связанных с обновлением знаний и переподготовкой работников. Считается, что переподготовить работника дешевле, чем заменить его.

Большим недостатком программ обучения является отсутствие в них экономических знаний. Систему переподготовки и повышения деловой квалификации можно рассмотреть на примере США. Она может быть представлена в следующем виде:

- краткосрочные курсы при школах бизнеса и университетах (2-4 недели);

- вечерние курсы, рассчитанные на обучение высшего и среднего управленческого персонала;

- американская ассоциация менеджмента, рассчитанная на низкий и средний управленческий персонал;

- внутрифирменные курсы повышения квалификации;

- центры повышения квалификации при колледжах, университетах, учебных центрах, где проводится специализированная подготовка по программам, разработанным фирмами;

- переподготовка на основе долгосрочных соглашений между фирмами, школами бизнеса и университетами;

-переподготовка на рабочем месте предполагает создание групп работников, которые обучаются на основе разбора конкретных хозяйственных ситуаций;

-вечерняя школа Американского института мировой торговли.

Рост экономики в США за счет повышения обучения составил 2,1%, за счет роста населения – 0,4%, за счет увеличения капитала – 0,5%.

Работник должен получать универсальное образование в быстро меняющихся условиях, а непрерывное образование, кроме того, является фактором стабилизации рабочей силы на предприятии.

На основании вышесказанного можно сделать следующие выводы:

-подготовка и повышение квалификации работников в настоящее время должны носить непрерывный характер и проводиться в течение всей трудовой жизни.

-предприятия должны рассматривать затраты на подготовку персонала как инвестиции в основной капитал, которые позволят наиболее эффективно использовать новейшие технологии.

-подготовка кадров заключается в обучении их трудовым навыкам, необходимым для качественного выполнения работы. Для эффективности непрерывного обучения необходимо, чтобы работники были в нем заинтересованы. Администрации необходимо создать климат, благоприятствующий обучению.

Обучение полезно и нужно в трех случаях:

- 1) когда человек поступает на работу;
- 2) когда работника назначают на новую работу;
- 3) когда установлено, что у работника не хватает определенных навыков для работы.

Использованные источники:

1. Супян В.Б., Наемный труд в США: качественная эволюция и проблемы использования – М., Наука, 2013
2. Экономика труда/ред. Погосян Г.Р., Жуков Л.И. – М., Экономика, 2011
3. Дикарева А.А., Мирская М.М., Социология труда – М., Высшая школа, 2012
4. www.studentu.ru

*Кудряков С.А., д.т.н.
заведующий кафедрой радиозлектронных систем
Санкт-Петербургский государственный университет
гражданской авиации
Россия, г. Санкт-Петербург*

ОБУЧЕНИЕ НА ОСНОВЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ КОМПЛЕКСОВ: ПРОБЛЕМА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ

Аннотация.

В статье рассматриваются вопросы современной системы подготовки профессиональных кадров для эксплуатации сложных

технических систем, использования автоматизированных обучающих комплексов и возникающие при этом проблемы формирования реальных профессиональных компетенций.

Ключевые слова.

Профессиональная подготовка, компетенции, автоматические обучающие системы, транспрофессионализм, парaproфессионализм.

На современном этапе технологического развития общества явно просматриваются противоречия между требованиями к персоналу по эксплуатации сложных техногенных систем и реальными возможностями к профессиональному обучению у нового поколения специалистов.

Наиболее отчетливо эту тенденцию можно проследить на примере проблем обновления кадров в мировой гражданской авиации и инициативы NGAP (новое поколение авиационных специалистов), развернутой ИКАО (Международная организация гражданской авиации) в 2009 году в целях мобилизации заинтересованных сторон для подготовки достаточного числа квалифицированных и компетентных авиационных специалистов, которые должны эксплуатировать, обслуживать будущие международные авиатранспортные системы и управлять ими.

Острота проблемы наглядно сформулирована Генеральным секретарем ИКАО Раймоном Бенжаменом в дополнении к письму ИКАО AN21/3-14/43 от 3-4 декабря 2014 следующим образом: *«...ситуация в различных аэропортах зависит от регионов, которые они обслуживают. В некоторых регионах 40% кадрового состава аэропортов в следующие несколько лет выйдет на пенсию. В других регионах следующее поколение не готово или не способно работать в аэропортах...»*

При этом реалии современной деятельности требуют от специалистов одновременного наличия компетенций, которые ранее относились к различным областям деятельности. Необходимость сочетания навыков технических и гуманитарных наук естественным образом приводит к понятию транспрофессионализма современных специалистов [2].

Новое поколение NGAP, как отмечает Р.Бенжамен – *«это поколение "тысячелетних", и многие из них являются "цифровыми уроженцами"». Они учатся онлайн через виртуальную коллаборацию, мобильные технологии, социальные сети и иногда в учебных аудиториях. Они выпускают видеоматериалы, публикуют электронные книги и блоги. Они могут это делать в любом месте и в любое время.»*

Задача форсированного повышения эффективности экономики требует не только внедрения новейших промышленных технологий, но и подготовки принципиально нового класса специалистов-профессионалов [3,4].

Чтобы соответствовать современным требованиям специалисты всех профессий должны иметь знания, умения и навыки, предполагающие наличие готовности и способности воспроизводить, структурировать и

интерпретировать разнородную информацию, действовать в стандартных и нестандартных ситуациях, адаптируясь к изменяющимся условиям физической и социальной среды. При этом становится совершенно очевидным, что степень взаимопроникновения профессиональных компетенций и навыков из одного типа профессии в другой усиливается, что позволяет говорить о необходимости формирования некоторых видов «надпрофессиональных» компетенций [2].

Комплексирование методов, средств, способов мышления и деятельности под конкретную проблемную ситуацию, не имеющую стандартных вариантов решения, составляют специфику современной профессиональной деятельности.

Снижение общего уровня подготовки выпускников средних школ и существенные изменения в социальной структуре мотивации к освоению будущей профессии затрудняют процесс профессиональной подготовки специалистов в профильных высших учебных заведениях, а недостаток материального обеспечения учебного процесса приводит к необходимости существенно увеличивать период адаптации молодых специалистов на рабочих местах непосредственно в эксплуатирующих организациях [1,2,3].

Развитие образовательной системы и системы профессиональной подготовки в обществе ограничивается многими факторами, среди которых существенное значение имеют культурно-исторические традиции конкретной страны. К большому сожалению, российские традиции находятся в весьма сложных отношениях с интеллектуальным и инновационным развитием. При этом ценность развития человеческого капитала пока еще слабо осознана как среди общества в целом, так и среди государственного руководства. Российское общество все еще обладает явными признаками общества доиндустриальной эпохи, которое ориентировано на самовоспроизводство в ранее существовавших формах.

Попытки преодолеть эти ограничения «одним прыжком» и путем заимствования «передовых» зарубежных технологий, к сожалению, очень часто приобретает уродливые формы нелогичной эклектики.

Проблемы создания эффективных систем обучения, базирующихся на современных компьютерных технологиях и создание новых форм и способов подачи учебного материала, поиска новых дидактических и педагогических концепций преподавания особо обострились в последнее десятилетие XX века, вероятно, именно в связи с началом глубокого общего кризиса национальных образовательных систем.

Современный образовательный кризис носит глобальный характер, о чем свидетельствует и приведенное выше мнение генерального секретаря ИКАО.

Попытки выхода из кризиса путем заимствования (увеличение времени обучения, упрощение ряда учебных материалов, снижение требований к ученикам и преподавателям) затрагивают отдельные и часто лишь формальные стороны образовательного процесса, а не его суть.

Кроме того возросшая миграционная активность и межотраслевое перемещение специалистов в ряде случаев приводит к значительным временным перерывам между процессом профессионального обучения и началом работы по специальности. Подобные перерывы в профессиональной деятельности возникают также при призыве на службу в вооруженных силах и ряде других случаев. В результате для возобновления допуска специалиста к выполнению реальной работы требуется период восстановительных тренировок и соответствующей аттестации.

Широкое развитие различного рода автоматизированных средств обеспечения и поддержки деятельности (способных работать с обучающимся в том числе и в дистанционном режиме), компьютерных технологий с обилием шаблонов, реализованных алгоритмов обработки информации и принятия решения создают обманчивое впечатление об отсутствии необходимости глубокого изучения предметной области для их оптимального выбора и применения.

Поверхностное ознакомление с подобными наукоемкими продуктами с пользовательским интерфейсом, сведенным к «одной кнопке» может создавать крайне вредную и опасную иллюзию доступности данного вида деятельности практически для любого человека. Понимание сути деятельности и логической структуры выполняемых действий в данном случае сводятся к знаниям названий программного продукта или технической системы, которая может автоматизировать решение стоящей перед специалистом задачи. Данная негативная ситуация особенно осложняется в том случае, если в процессе профессиональной подготовки рассматривались только унифицированные рабочие ситуации.

Расширение сферы осведомленности в данном случае приведет не к повышению компетентности, а к проявлению негативного явления парапрофессионализма [2].

Приходится с сожалением констатировать, что несмотря на обилие различных компьютерных обучающих продуктов, не удалось ни существенно повысить качество процесса обучения, ни сократить его продолжительность.

Исследование уровня «электронного» развития регионов России, проведенное С. Б. Шапошником еще в 2006 году, выявило один важный факт, а именно: из множества факторов, влияющих на готовность регионов к электронному развитию, самым устойчивым и значимым для исследователей в населении соответствующего региона. В среднем по России эта группа, обеспечивающая инновационное развитие, составляет всего 0,3% населения. [5, с. 376].

Существенное увеличение возраста профессорско-преподавательского состава, занятого в подготовке квалифицированных кадров для отрасли, а также низкий уровень существующего материального обеспечения преподавателей снижают привлекательность преподавательской деятельности для молодежи и создают реальную угрозу недопустимого

дефицита численности преподавательского корпуса.

Новое поколение обучающихся (названное ИКАО поколением «тысячелетних») имеет существенно иные мотивационные приоритеты, социальные установки и уровень базовой подготовки по сравнению с традиционным «романтическим образом» авиационной деятельности. Данное обстоятельство требует соответствующего пересмотра концепции профессиональной ориентации, профессионального отбора и профессиональной подготовки специалистов в современных условиях.

Исходя из реальных условий, в которых на текущий момент находится система профессиональной подготовки специалистов для эксплуатации сложных технических систем, приходится признать, что применение электронных обучающих систем с возможностью дистанционного доступа является единственным выходом компенсации прогнозируемого сокращения преподавательского корпуса. Однако для того чтобы получить позитивный результат от подобных инноваций особенно в области профессиональной подготовки необходимо коренным образом пересмотреть требования к подобным электронным обучающим системам.

Перспективные системы автоматизированного обучения следует создавать, как комплексные автоматизированной системы подготовки, аттестации и сопровождения профессиональной деятельности соответствующих специалистов и последующее ее внедрение в реальную эксплуатацию. Учебно-тренировочная и аттестационная часть системы должна функционировать в режимах прямого и дистанционного доступа [1].

Указанная система должна включать в себя четыре основных подсистемы:

- учебно-тренировочная система профессиональной подготовки,
- автоматизированная аттестационная система специалистов по допуску к выполнению реальной производственной деятельности,
- автоматизированное рабочее место специалиста по эксплуатации,
- система поддержки принятия профессиональных решений.

Новизна этого подхода характеризуется не только необходимостью обеспечения быстрой адаптации специалиста к изменяющимся условиям профессионально-предметной области, но и активным вниманием к проблеме сохранения и развития социального, культурного и морального капитала общества [2].

Использованные источники:

1. Беляев С.А., Остапченко Ю.Б., Кудряков С.А., Книжниченко Н.В., Шаповалов Е.Н. Современная концепция комплексной автоматизированной системы профессионального обучения и сопровождения деятельности для специалистов службы эксплуатации радиотехнического оборудования и связи.// Известия Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета "ЛЭТИ", №10, 2015,с.10-14.

2. Кудряков С.А., Остапченко Ю.Б., Шаповалов Е.Н., Романцев В.В. Транспрофессиональная подготовка современных специалистов: миф или реальная необходимость.// Известия Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета "ЛЭТИ", №8, 2014, с.94-98.
3. Остапченко Ю.Б., Кудряков С.А., Романцев В.В., Беляев С.А. Проблемы профессиональной подготовки специалистов для эксплуатации сложных технических объектов в современных условиях.// Известия Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета "ЛЭТИ", №8, 2014, с.90-94.
4. Шаповалов Е.Н., Кудряков С.А., Остапченко Ю., Экало А.В., Беляев С.А. Актуальные вопросы теории эксплуатации авиационной и ракетно-космической техники.// Известия Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета "ЛЭТИ", № 6, 2015, с. 70-75
5. Шапошник С. Б. Роль человеческого капитала в электронном развитии регионов России // Наука. Инновации. Образование. — М.: Парад. — 2006.

Кулекенов М.

студент

Баймбетова А.Б., к.э.н.

доцент

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Қазақстан, г. Астана*

ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ PR

Жиырма бірінші ғасыр - жаңалық пен жаңа ашылулар заманы. Кәсіпкерліктің барлық саласы заманмен бірге ілгеріленеді және бәсекелестікке қарсы тұра білу мақсатында PR-технологияларға бағынышты болады. Өз кәсіпорнын клиентке жағымды жағынан көрсете білу, қонақ үй шаруашылығының басты міндеті.

Негізгі сөздер: *PR-технологиялар, қонақ үй, экономика, бәсекелестік, тұтынушы.*

Бүгін қонақ үй бизнесі - бүкіл әлемде көп миллион доллар пайда әкелетін ең жылдам, ең перспективалы және өсіп келе жатқан салалардың бірі. Бұл бизнес әр елдің экономикасына жағымды жағынан әсер ететін туризмнің бір саласы болып табылады.

Қонақ үй нарығындағы қатаң бәсекелестік әр менеджерді PR-технологияның көмегіне жүгінуге алып келеді. Әдетте, қатаң PR акциялар қонақ үйлер тізіміне кіретін және инвесторлармен қаржыландыратын қонақ үйлермен жүзеге асырылады. Өткеннен қалған таңбамен күресіп, қазіргі нарық сұраныстарын жобалап отыруға тура келеді. Қаржы ресурстарының болмауы арнайы PR қызметін жүзеге асыруын тежейді. Сондықтан, барлық қонақ үйлер мамандандырылған PR агенттіктерге арқа сүйей алмайды. Бұл іспен қонақ үй масштабына қарай 2-3 маман жұмыс істейді. Сол себепті, қонақ үй бизнесіндегі PR - әлі күнге дейін игерілмеген, көпқырлы және өте

перспективалы ауданы. PR міндеті өзара түсіністік құру болып табылады, клиенттің компанияға деген оң көзқарасы мен сенімін ұзақ мерзімге арттыруға тырысу. Бұл жерде жұртшылықтың алдында отельдердің имиджін, беделін оң жағынан ұсынып, құрмет айту.

Жалпы, PR жайлы айта кетсек, паблик рилейшнз ұғымы бастапқыда ұйым мен жұртшылықтың арасындағы қарым-қатынастың ерекше түрі, жұртшылықпен өзара пайдалы әрі тиімді қарым-қатынас орнату, халықтың, сондай-ақ, т.б. қоғамдық ұйымдар тарапынан өзіне жағымды көзқарас қалыптастыру мақсатында ұйым жүзеге асыратын басқару түрі ретінде қолданылды.

PR-кампанияны жүргізудің стратегиясында RACE: R (research) жүйесі қолданылады - міндетті қою және талдау; A (action) - жалпы бағдарламаны және тұжырымдаманы жасау; C (communication) - алға қойылған мақсаттарға жету жолында коммуникативті байланыстар орнату; E (evolution) - кері байланысты қамтамасыз ету, нәтижелерді қорытындылау және түзетулер енгізу.

PR бөлімінің артықшылықтары:

- өз қызметкерлері қашанда ұйым алдында жауапкершілікті сезінеді;
- өз беттерімен БАҚ-пен жұмыс істейді;
- оларға ұйымның ішкі маркетингісімен айналысу оңайға түседі.

Осыдан PR-дың қонақ үй бизнесіне әкелетін көмегі мол екенін байқаймыз. Олардың ең басты ұстанатын қаруы – сенімділік. Клиенттірдің кәсіпорынға деген сенімділігін арттыру болып табылады.

Сенімділіктің үш басты аспектісі:

1. Тұтынушы сенімділігі
2. Қызметкер сенімділігі
3. Инвесторлар сенімділігі

Тұтынушы - компанияның ең бағалы активтерінің бірі, сондықтан, ол активті сатып алу мен уақыт өте келе өзінің құнын арттыру үшін қолдан келгеннің бәрін істеу қажет. Оның маңызды аспектісі тұтынушылардың сенімділігін қалыптастыру ғана емес, сонымен қатар тиісті деңгейде ұстап тұру.

Паблик рилейшнз жоғары мемлекеттік беделдік пен адалдыққа қол жеткізуге бағытталған. Клиенттің өз кәсібіңізге деген сенімділігін арттыру үшін, біз алдымен клиентке не керек екенін білуіңіз керек. Яғни, оның сапары - бірінші – қонаққа не ықтимал екенін білу қажет, оның қажеттіліктеріне мұқият көңіл бөлу және одан кейінгі сапарларын нақтылау. Кез келген клиент жайлы ақпарат алу мақсатында, әр адам басына жеке база құрылуы керек.

PR технологиялар арқылы клиент сенімділігін арттыру мақсатында, тұтынушының қажеттілігіне көңіл бөлмей, сапа дәрежесін қалыптастыру және оны жоғары дәрежеде сақтау мүмкін еместігіне көзіміз жетті.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. « Қонақ үй шаруашылығы » Мазбаев О.Б., Омаров Қ.М. Оқу құралы. 2007

жыл. – 766.

2. Қазақстанның қонақ үйлер мен мейрамханалар Ассоциациясының ақпараты (КАГиР).

*Куликова И.М., к.филол.н.
доцент*

*Сургутский государственный университет
Россия, г. Сургут*

ИСТОРИОГРАФИЯ КУЛЬТУРЫ СЕВЕРА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В XVIII-начале XX вв. С ПОЗИЦИЙ РЕГИОНАЛИСТИКИ

В статье с точки зрения регионалистики рассмотрена историография культуры народов севера Западной Сибири. Это научное направление позволяет характеризовать совокупность культур на данной территории как историко-культурную зону, имеющую общие черты в материально-практической деятельности, художественной практике, в ментальности, мировоззрении различных этнических групп, народов, наций. Автор статьи выявляет характерные особенности, позволяющие рассматривать культуру региона как самостоятельную ИКЗ, через хронологию исследований, предпринятых учеными и этнографами в период XVIII - начала XX вв.

Ключевые слова: историко-культурная зона, регион, Западная Сибирь, топоним, взаимодействие культур.

*Kulikova I.M., candidate of philological sciences, associate professor
Surgut State University
Russia, Surgut*

HISTORIOGRAPHY OF THE CULTURE NORTHERN WEST SIBERIA IN THE XVIII-early XX CENTURIES FROM THE POINT OF REGIONOLOGY

This article from the perspective of criminology considered historiography culture of the peoples of the north of Western Siberia. This scientific direction allows us to characterize the set of cultures in this territory as a historical and cultural area, having common features in the material and practical activities in the artistic practice, the mentality, the outlook of the various ethnic groups, peoples. The author reveals the characteristics that allow to culture of the region as an independent historical and cultural area. The analysis is performed by the region's history of research undertaken by scientists and ethnographers during the eighteenth and early twentieth centuries.

Key words: historical and cultural area, region, Western Siberia, toponym,

Регионалистика (или регионология) – относительно новое направление в современной науке, которое обобщило эмпирические наблюдения большого числа краеведов и результаты специализированных исследований различных отраслевых наук (археологии, антропологии, этнографии, фольклористики, лингвистики, искусствоведения и др.). Л.М. Мосолова, выявляя теоретические основания этого направления, в первую очередь выделяет историческую географию, которая традиционно занималась проблемами изучения регионов как объекта и основной единицы исследования современной регионалистики, а также историческую культурологию [3, с.10]. Методологические основания для изучения регионов предложили А.С. Герд и Г.С. Лебедев [4]. В качестве специализированного эквивалента понятия «регион» исследователи вводят понятие историко-культурной зоны (ИКЗ) как основного термина теоретико-методологического аппарата регионалистики. Они рассматривают ИКЗ как многофакторные величины, постепенно складывающиеся на определенной территории, в условиях определенного климата и ландшафта, как результат смешения и синтеза физико-географических, климатических, демографических, производственных, хозяйственных, языковых, расовых, этнографических и других компонентов [4, с.8-9]. К числу таких специфических историко-культурных зон, где в качестве субъектов культурной деятельности взаимодействуют на протяжении длительного исторического времени различные социальные общности (этнические группы, народы, нации), имеющие общие черты в материально-практической и художественной деятельности, в ментальности, обладающие самоидентификацией, можно отнести, с нашей точки зрения, Тюменский Север.

Изучение культуры народов, населяющих северные территории Западной Сибири, и в первую очередь – наследия угров (ханты и манси), началось еще в XVII веке с исследований Н.Г. Спафария, который совершил поездку по Сибири. В начале XVIII века у остяков побывал ученый монах Г. Новицкий, оставивший много интереснейших наблюдений о культуре некоторых этнических групп хантов. С XVIII-XIX веков начинается целенаправленное изучение народов Сибири. Работа Академических экспедиций, возглавляемых Г.Ф. Миллером, И.Э. Фишером. П.С. Палласом и др., проводилась по специально подготовленным программам, ориентированным на изучение истории, различных сторон жизни и быта коренного населения Сибири. Итогом такой работы стала «История Сибири» Г.Ф. Миллера, отличавшаяся привлечением обширного исторического материала: архивных документов, летописей, легенд. Материалы, провезенные Г. Миллером из сибирских путешествий, были обработаны И.Э. Фишером. В XIX в. появились работы обзорно-географического, официально-статистического, описательного характера, сделанные

этнографами-любителями. Большое значение до сегодняшнего дня имеют энциклопедические по объему привлеченного материала и содержательности работы авторов XIX и начала XX вв. Среди них выделяются исследования М.А. Кастрена, А.А. Дунина-Горкавича, С.К. Патканова. В изучение культуры региона свой вклад внесли венгерские (М. Регули, Б. Мункачи, Й. Папай) и финские (К.Ф. Карьялайнен, А. Каннисто, К. Доннер, Т. Лехтисало) исследователи, уделявшие основное внимание фольклору, мифологии и языку автохтонов; У.Т. Сирелиус оставил описание хозяйственной культуры угров. В этот период был открыт уникальный мировой археологический памятник – урочище Барсова гора, на территории которого ученые обнаружили большое скопление древних артефактов. Подчеркнутой описательностью отличались работы краеведов рубежа XIX-XX вв., посвященные конкретным вопросам изучения жизни коренного населения. Эти работы, с нашей точки зрения, завершают первый период исследований, после которого начнется системное и планомерное профессиональное научное изучение всех сфер культуры региона.

С позиций регионалистики абсолютно верным представляется то, что делали первые исследователи: они определяли ареал местности, которую мы предлагаем обозначать как историко-культурную зону. Среди методологических понятий в изучении ИКЗ исследователи выделяют понятие «топохрон», то есть тип культуры в координатах места и времени [4, с.8, с.42]. При этом первичным является понятие «топоса» – места в географическом пространстве в условиях конкретного климата и ландшафта, которое сохраняет черты устойчивости (размеры, границы, имена, топонимические обозначения и пр.) на протяжении длительного времени. Это не исключает возможности смены на данной территории этносов, языков, общественных отношений, способов хозяйственной деятельности, форм художественного творчества и пр. Возвращаясь к вопросу об историографии, отметим, что, например, Н.Г. Спафарий даже определял широты ряда пунктов, через которые шло его путешествие, предоставлял достоверные свидетельства о расселении остяков («Путешествие через Сибирь...», «Путевые заметки»). Г. Новицкий («Краткое описание о народе остячком») исследовал районы Конды, Иртыша, Оби. Заметки В. Зуева («Народы Западной Сибири») посвящены описанию березовских остяков и самоедов Нижней Оби. Жизнь населения Березова описывали краеведы Н. Абрамов, В. Шавров, Л. Бекетов, изучал К. Карьялайнен. Подробное описание остяков на Нижней Оби сделано Ф. Белявским («Поездка к Ледовитому морю», 1833). Г.Ф. Миллер оставил наблюдения о территории Прииртышья и Приобья. М. Кастрен и К. Карьялайнен обследовали низовья Иртыша с притоками Конда и Демьянка, низовья Казыма, Салым, Вах, Васюган. М. Кастрен посетил Тобольск, Березов, Обдорск; считается, что именно им впервые было посещено урочище Барсова гора («Путешествие по Лапландии, Северной России и Сибири») [1]. В литературе Барсова гора (поселение около г. Сургута) впервые упоминается в 1890 г. в списке

археологических памятников, который был составлен известным археологом-любителем И.Я. Словцовым. Позже здесь будут обнаружены древние постройки от каменного века до Нового времени. А. Дунин-Горкавич обследовал бассейны обских и иртышских притоков («Тобольский Север»), где жили ханты и манси. И. Шухов изучал жизнь обитателей Казыма и низовьев Оби («Река Казым и ее обитатели», «Поездка в низовья реки Оби и Обскую губу» и др.), Л. Шульц – салымских остяков и жителей Конды («Салымские остяки» и др.), Г. Дмитриев-Садовников – населения Ваха и Полуя недалеко от Салехарда. А. Каннисто изучал манси на реке Сосьве. Т. Лехтисало внимание уделял преимущественно поселениям ненцев. Й. Папай исследовал устье реки Сосьвы. У. Сирелиус объездил Среднюю и Нижнюю Обь с притоками Б. Юган, Аган, Тромъеган, Сев. Сосьва, Ляпин, Салым, Конда, Иртыш, А. Алквист – Пелым, Тавду, Сев. Сосьву, Лозьву, Нижнюю Обь, Конду. Другими словами, эти исследователи определяли границы территории, имевшей некие сходные черты. Соответственно описывались особенности природы и ландшафта, которые всегда определяют специфику культуры в ее материальном выражении, а также многие элементы духовной деятельности (верования, праздники, традиции). Так, Л.Р. Шульц в «Очерке Кондинского района» дал подробное описание реки Конды с ее притоками, озерами, долинами, туманами. Много внимания он уделил описанию лесов и почвы (пески, болота, увалы), сообщил об особенностях фауны.

Исследования XIX–начала XX вв. изобилуют богатейшим этнографическим материалом. Уже путевые заметки Н. Спафария содержали любопытные сведения об отдельных сторонах быта хантов. Записи В. Ф. Зуева отличались богатым конкретным материалом о быте и традиционной этнической культуре остяков и самоедов. «Региональный» подход характерен для очерков краеведов, основанных на богатом полевом материале. Так, Ф. Белявским были выделены некоторые локальные особенности в быте и культуре туземцев. Этнографическими наблюдениями о народах Севера и Сибири изобилуют работы М. Кастрена и А. Каннисто. У. Сирелиуса интересовала культура жизнеобеспечения угров – лесопромысловая проблематика, охота, рыболовство. В изучении Обского Севера заметно выделяется трехтомное исследование А.А. Дунина-Горкавича «Тобольский Север» (1904, 1910, 1911), в котором дана общая этнографическая характеристика остяков и вогулов. Не претендуя на подробное исследование всего комплекса хозяйства и культуры коренных этносов, он уделил основное внимание выявлению региональных хозяйственно-бытовых особенностей населения, живущего в бассейнах Оби и Иртыша. Интереснейшие наблюдения о хозяйственных занятиях аборигенов оставил Г. Новицкий. Уделяя много внимания описанию народно-хозяйственных промыслов, исследователи отмечали доминирование присваивающего типа хозяйства (охота, рыболовство, собирательство) на всех обследованных территориях. Вместе с тем отмечались и занятия

земледелием и скотоводством – преимущественно как результат влияния других народов (коми, русских, тюрков). Так, Л. Шульц указывал на овцеводство и разведение крупного рогатого скота в верховьях Конды. В этот период были собраны первые сведения об общественных отношениях, социальном устройстве, господствовавших формах социальной организации обско-угорских и самодийских обществ. Об этой стороне жизни аборигенов есть сведения у Г. Новицкого. В работе Ф. Белявского много сведений о сборе ясака, управлении на местах, остяцких князьях. О так называемых княжествах много интересных и важных наблюдений оставил Г.Ф. Миллер. Собраны были сведения о древних городищах, городках, могильниках. М. Кастрен привел сведения о родовом делении инородцев Нижней Оби, дал характеристику рода у обдорских хантов. М. Шатилов изучал племенные, родовые, семейные отношения остяков. С.К. Патканов на основе фольклора выявил многие черты общественного строя угров XIII-XV вв., привел статистические данные по демографической и этнической ситуации в Сибири в конце XIX века («Статистические данные, показывающие племенной состав населения Сибири, язык и роды инородцев»; 1911, 1912). Несмотря на описательный характер большинства работ, они выявляли общие природные, географические условия формирования и существования культур, общие элементы материальной и духовной культуры разных народов (форма одежды, типы жилищ; пища, сосуды, оружие, обычаи), особенности социума. Археологические памятники также подтверждают единство культуры древних народов на этой территории.

Современная регионалистика в первую очередь занимается выявлением и объяснением естественно исторических причин и предпосылок становления и развития региональной культуры. В связи с этим она активно опирается на исследования по проблемам этногенеза и культурогенеза. Историей заселения севера Западной Сибири различными этническими группами, выявлением характера их взаимодействия в огромном угро-самодийском ареале, процессом смешивания народов при подчёркивании этнокультурной непрерывности процесса занимались такие исследователи, как М.А. Кастрен, И.Ф. Фишер. Это вопрос затрагивался в работах Г.Ф. Миллера, Н. Абрамова, С. Патканова, публициста и путешественника К.Д. Носилова («Остяки», «Вогулы»). Выявление этнического состава исследуемых территорий привело к выделению племенных групп и диалектов. В обзоре П.С. Палласа по Западной Сибири отсутствовали какие-либо определенные сведения по локальным группам обских угров. С.К. Патканов впервые поставил вопрос о необходимости описания и изучения отдельных племен, то есть локальных общностей среди коренного населения Сибири. А. Дунин-Горкавич выделил группу южных хантов. М. Кастреном особо выделена была северная, обдорская, группа остяков, находящаяся в постоянном взаимодействии с самоедами. Заметки В. Ф. Зуева предоставляют сравнительный материал о традиционной культуре остяков и самоедов. О «переплетении» культур остяков и вогулов в сфере

хозяйственной деятельности писал Л. Шульц. Одновременно в научных разработках отмечались различные инокультурные влияния в среде автохтонных этносов: значительное – иранское, тюркское и русское, менее значимое – коми, кетов, гуннов, эвенков. Изучение угро-иранских связей проводилось уже первыми исследователями (Н.Г. Спафарий, Г.Ф. Миллер, И.Э. Фишер). Число работ на эту тему возросло во второй половине XIX – XX вв. (И. Иванов, Д. Анучин, А. Спицын, К. Носилов). Этнографический аспект иранского пласта у обских угров выделен в работах Б. Мункачи. В его работах изучение угро- (индо)иранских связей впервые вышло на уровень научной гипотезы. О взаимоотношениях между остяками и татарами и тюркизации аборигенов сообщал Г.Ф. Миллер. Влияние татар в языке и объектах материальной культуры вогулов и остяков отмечали Л. Шульц и С. Патканов. Существенную роль в развитии культур угро-самодийского мира сыграли две волны переселения коми в Зауралье: в XI–XIII (зыряне, коми-пермяки) и XIX вв. (ижемские оленеводы). Об участии коми, особенно зырян, и их вкладе в освоение Сибири писал еще Г.Ф. Миллер. А.А. Дунин-Горкавич отмечал влияние коми языка на угорские диалекты и материальной культуры коми – на хозяйственную сферу вогулов и остяков. Он же указывал на связь угро-самодийцев с эвенками [2, с.119]. Много внимания уделялось влиянию русской культуры и процессу обрусения местного населения. Этот аспект был затронут уже у Н.Г. Спафария. О быстром и интенсивном обрусении автохтонов (особенно южных хантов и манси) писали М. Кастрен, А. Каннисто, А. Дунин-Горкавич, Ф. Белявский, К. Носилов, С. Патканов, Л. Шульц и другие. По мнению А. Дунина-Горкавича, более сильное влияние русской культуры было там, где находились «передовые пункты русской оседлости». Отмечая социально-экономические, бытовые связи хантов с русскими, он писал: «Указанное влияние замечается, ... когда инородцы соприкасаются с русскими... Там, где среди остяков разбросаны оазисами русские селения, или сами остяки проживают близ границ сплошных русских поселений, весьма заметно влияние на остяцкую жизнь русской культуры. На других инородцев, как очень редко соприкасающихся с русскими, влияние это почти не сказывается» [2, с.128]. Исследуя процессы этногенеза и складывания локальных культур, взаимодействия коренных этносов между собой, обнаружение антропологического единства древнего населения, выявление влияния гуннов, иранцев, татар и других народов, проникновение русского населения на территорию и характер влияния русской культуры, исследователи приближались к пониманию существования на обследуемой территории некоего культурного единства.

К сходным выводам приводили исследования лингвистов и фольклористов. Большой знаток в области финно-угорского и самодийского языкознания, М.А. Кастрен, собрал обширные лингвистические и этнографические материалы, позволившие ему уверенно присоединиться к точке зрения И.Э. Фишера о южном происхождении северных самодийцев и

их контактах с уграми. М. Кастрен готовил монографию о хантыйском языке, работал над словарем самодийских языков. А. Регули впервые доказал родство венгерского, хантыйского и мансийского языков. Б. Мункачи изучал финно-угорские и тюркские народы Поволжья и Западной Сибири и их языковые и культурные связи с венграми. А. Карьялайнен занимался сбором хантыйской лексики в Сибири. Лингвисты стали говорить об отнесении языков коренных этносов к самодийско-угорской группе. Выявление идеологических и ментальных параметров, характера самоидентификации народов осуществляется посредством изучения религиозно-мифологических систем и фольклора, отражающие этнические архетипы. В исследованиях этой стороны культуры региона большую роль сыграли финские и венгерские лингвисты и этнографы. Изучение религиозных представлений и мифологии коренных народов, их сопоставительный анализ осуществлялся учеными преимущественно на примере хантов и манси (за исключением работ Т. Лехтисало), чье мировоззрение ярче отражало представления о человеке и окружающем его мире, включая Космос. В них переплелись язычество, фетишизм, тотемизм, анимистические представления, поклонение природе, и христианские воззрения. Об этом писали Г. Новицкий, У. Сирелиус, В. Шавров, Й. Папай, М. Кастрен; христианизация остяков и вогулов стала темой очерков Н. Абрамова, С. Патканова и других. К. Карьялайнен посвятил религии автохтонов отдельную работу («Религия югорских народов»). А. Каннисто описал Медвежий праздник и обряды вогулов. Это были чрезвычайно ценные сведения, так как Медвежий праздник, отражающий мифологическое мышление и религиозные взгляды хантов и манси, почти не сохранился у других этносов. Об этом празднике писали также Й. Папай, Н. Ядринцев («О культе медведя у сибирских инородцев», 1891). Проблему шаманизма сибирских народов и личности шамана затрагивали Т. Лехтисало, В. Шавров; погребальные обычаи и обряды, праздники описывали В. Бартнев, Д. Анучин и другие. В этот период начался сбор и первичная классификация жанров угорского и самодийского фольклора. Й. Папай, повторив маршрут экспедиции А. Регули, записал на Сосьве одно из сказаний («Песнь старца из Тэги»). Сказания о богатыре записал Г. Дмитриев-Садовников. Из наследия этого периода особо следует отметить собрание С.К. Патканова по фольклору иртышских хантов. Он не только записал, но и проанализировал множество остяцких легенд, героических сказаний. Активный интерес вызвали параллели между угорской мифологией и религиями древнего Ирана. Эти наблюдения первым сделал Б. Мункачи (позже его идея была развита В. Чернецовым). Наиболее полно изучен лингвистический аспект взаимодействия финно-угров с индоевропейцами и индоиранцами (И. Фишер, В. Томсен). Много общего было обнаружено исследователями в мифологических представлениях угров и самодойцев.

Проведенный анализ историографической литературы подтверждает возможность выделения северных территорий Западной Сибири в качестве

единой историко-культурной зоны на основании данных археологии, этнографии, истории, географии, фольклористики, языкознания, мифологии и других наук. Здесь в едином природно-географическом ареале возникали, сосуществовали, взаимодействовали или же последовательно в разное время сменяли друг друга антропосоциокультурные процессы и традиции.

Использованные источники:

1. Барсова гора. [Электронный ресурс]. URL: <http://barsovagora.ru>.
2. Дунин – Горкавич А.А. Тобольский Север. – Т. 1. – Тобольск, 1904. – 281 с.
3. Мосолова Л.М.. Теоретические основания исследования по истории культуры регионов России /Истоки региональных культур России: сб.н.ст.–СПб: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2000. – 173 с. – С.4-15.
4. Основания регионалистики. Формирование и эволюция историко-культурных зон /ред. А.Г. Герд, Г.С. Лебедев. – СПб: Изд-во СПбГУ, 1999. – 392 с.

*Курасов А.В., к.геогр.н.
доцент*

*Финансовый Университет при Правительстве РФ
Россия, г. Москва*

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ И СПЕКУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ

Аннотация

Современное состояние мировых финансовых рынков характеризуется высокой нестабильностью. Последние годы мировая экономика находится в состоянии затянувшегося кризиса, выход из которого в ближайшее время не предвидится. Российский финансовый рынок находится в сложном положении в связи с давлением геополитических событий, нестабильностью мировых сырьевых рынков и девальвацией национальной валюты. Поэтому инвесторам необходимо оценить возможности диверсификации финансовых инвестиций. Вложения на зарубежных финансовых рынках являются доступной альтернативой внутренним вложениям, поэтому рассмотрение имеющихся на этом направлении возможностей является весьма актуальным в сложившихся условиях. Статья рассматривает современное состояние, перспективу, спекулятивные и инвестиционные возможности, доступные на зарубежных финансовых рынках.

Ключевые слова: *Финансовый рынок, мировые финансовые центры, волатильность мировых рынков, динамика фондовых индексов, диверсификация портфеля.*

Современный финансовый рынок является важной частью национальной и мировой экономики, несмотря на ряд прошедших и развивающихся кризисных явлений. Инвестиционные и спекулятивные операции с ценными бумагами, валютой, товарными контрактами и прочими инструментами позволяют удовлетворять интересы самого широкого круга инвесторов. По мере развития российской экономики и её большей интеграции в мировую, российские инвесторы испытывают потребность в диверсификации объектов инвестирования. Одной из форм такого рода диверсификации является осуществление инвестиционных и спекулятивных операций на международных финансовых рынках.

Традиционно сосредоточием мировых потоков капитала в большей степени являются западные рынки. Именно здесь в обращении находятся сотни ликвидных акций, долговых и производных инструментов и действуют крупнейшие инвестиционные фонды. Таким образом, инвестиционная деятельность на развитых финансовых рынках позволяет получить значительные преимущества по диверсификации инвестиционного портфеля. Среди списка 20-ти крупнейших фондовых бирж 11 располагаются в экономически развитых странах (Рис.1).

Первую пятёрку бирж по капитализации составляют крупнейшие биржи США (NYSE и NASDAQ), Лондонская Фондовая биржа, европейский сегмент NYSE, объединяющий крупнейшие биржи Старого Света за исключением Франкфуртской фондовой биржи и Токийская фондовая биржи (Рис.1). Эта лидирующая пятёрка концентрирует в себе почти 50% рыночной капитализации компаний, торгующихся на площадках, состоящих в Международной федерации фондовых бирж¹¹. При этом доля одной только Нью-Йоркской фондовой биржи составляет 24%. Доля Московской биржи в мировой капитализации составляет всего 1,67%.

¹¹ Общая капитализация площадок, состоящих в Всемирной Федерации бирж, составляет около 57 трлн. долл. Общий объем торгов составляет примерно 63 трлн. долл. [1]

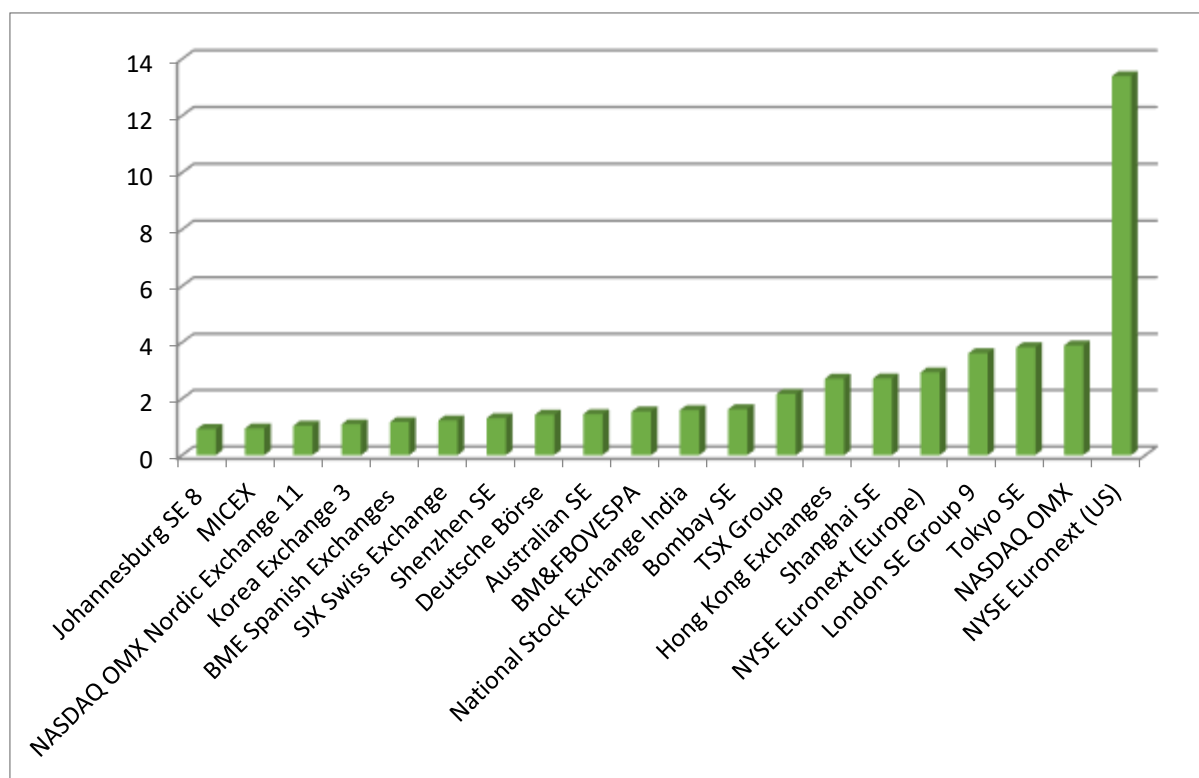


Рис. 1. Крупнейшие мировые финансовые центры – капитализация, трлн. долл.

Источник: составлено автором по материалам [1].

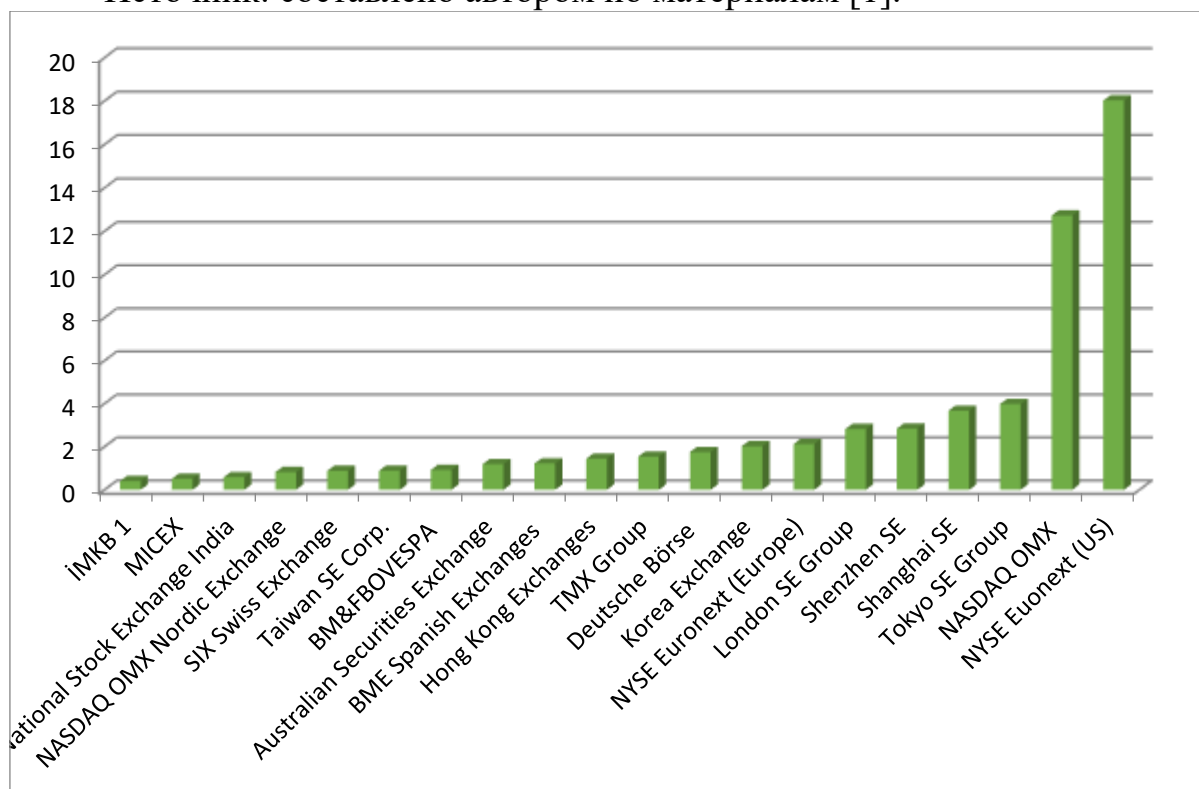


Рис. 2. Крупнейшие мировые финансовые центры – объем торгов, трлн. долл.

Источник: составлено автором по материалам [1].

По объему торгов также в лидерах находятся американские биржи

NYSE и NASDAQ, причем, если капитализация биржи высокотехнологичных компаний США в 3,5 раза меньше капитализации NYSE, то по объемам торгов эти две площадки отличаются лишь примерно на треть [1]. Подобное положение вещей вполне очевидно, ведь исторически на бирже NASDAQ начинали свою жизнь молодые, высокотехнологичные компании с небольшой капитализацией. Несмотря на относительно низкую общую капитализацию, инвесторы все равно весьма заинтересованы в операциях с акциями данные компаний, поэтому объем торгов уступает Нью-Йоркской фондовой бирже крайне незначительно, особенно в сравнении с прочими мировыми биржами.

При этом следующая за NASDAQ Токийская фондовая биржа сосредотачивает около 29% капитализации в сравнении с NYSE, или 6,7% от мировой капитализации фондовых рынков, и всего 22% от объема торгов на NYSE, или 6,3% от мирового объема торгов акциями [1]. Прочие крупнейшие фондовые биржи сосредотачивают еще меньшие объемы капитализации и торгов акциями.

Российский сегмент мирового фондового рынка составляет 2,8% от объема торгов на NYSE или менее 1% объема торгов на всех основных мировых площадках [2]. При этом различие в долях по капитализации и по объему торгов для российского рынка оказывается в числе максимальных среди рассматриваемых 20-ти крупнейших торговых площадок. Это свидетельствует о том, что на рынке есть акции крупных компаний, чья капитализация соответствует уровню крупнейших корпораций с мировым именем. В «лучшие годы» российского фондового рынка капитализация компании «Газпром», к примеру, находилась на уровне американских гигантов [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что российский сегмент мирового финансового рынка в значительной степени ограничивает свободу выбора инвестиционных инструментов. Для большей диверсификации инвестиционного портфеля вполне логичным видится расширение спектра активов за счет включения в портфель инструментов, торгуемых на крупнейших мировых площадках. Формирование портфеля финансовых инструментов на крупнейших зарубежных площадках предоставляет более широкие возможности для оптимизации портфеля и, тем самым, позволяет удовлетворить интересы самого широкого круга инвесторов.

Основными направлениями диверсификации вложений могут служить наиболее ликвидные рынки, согласно данным по объему торгов. Рассмотрим динамику рынков США, Японии и Великобритании, как примеров крупнейших и наиболее стабильных рынков. Целесообразным также является рассмотрение динамики китайского фондового рынка. Китай не так давно стал первой экономикой планеты с точки зрения объема валового внутреннего продукта. На этом фоне вложения в китайские компании выглядят вполне обоснованным направлением диверсификации инвестиционного портфеля.

С момента восстановления после острой фазы финансового кризиса 2008 года российский рынок вырос в национальной валюте более чем в 2,5 раза, что существенно превышает показатели роста крупнейших мировых и китайского рынка (Рис. 3). При этом, к сожалению, геополитические события последнего года существенно подорвали покупательную способность отечественной валюты, вследствие чего рост российского рынка в долларовом выражении оказался существенно меньше¹².

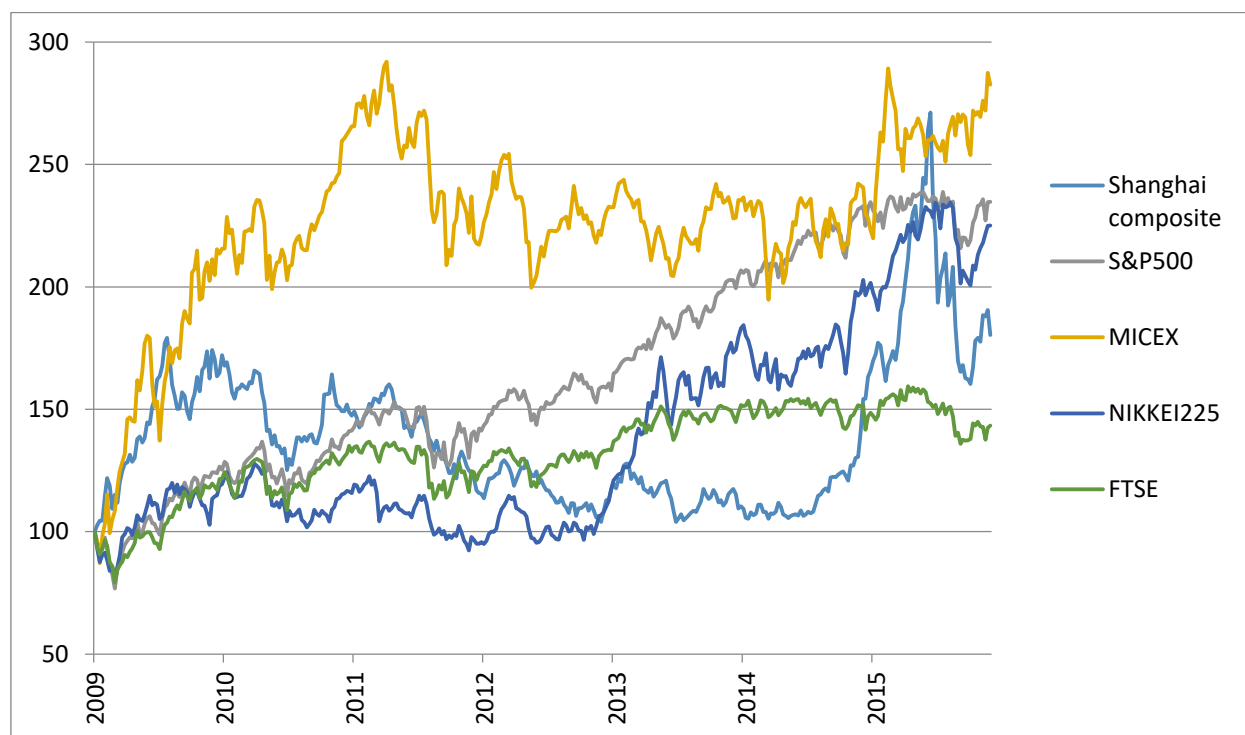


Рис. 3. Динамика российского рынка в сравнении с динамикой фондовых индексов наиболее ликвидных мировых рынков.

Источник: составлено автором на основе данных о динамике индексов [3].

Наиболее стабильным рынком среди рассматриваемых за анализируемый период был британский рынок, который за прошедшие 6 лет показал самую скромную динамику, увеличив капитализацию менее, чем в полтора раза, что дает весьма скромную для фондового рынка среднегодовую доходность. Японский рынок и рынок США показали схожую динамику, увеличив капитализацию более чем в два раза. Рынок акций китайских компаний, несмотря на краткосрочный пик в середине 2015 года, на текущий момент находится на весьма скромных уровнях, показав рост около 80%.

¹² **Примечание:** Курсы валют и геополитические изменения на мировой арене, без сомнения, являются существенными факторами для оценки инвестиционной привлекательности фондовых рынков. При этом, необходимо отметить, что неблагоприятные изменения валютных курсов профессиональными инвесторами хеджируются при помощи производных финансовых инструментов, что дает возможность свести к минимуму негативное влияние подобных факторов на эффективность инвестиционного портфеля.

Кроме исторической динамики рынков, важной инвестиционной характеристикой является волатильность фондовых рынков. На основе данных о динамике мировых индексов за период с января 2009 года по ноябрь 2015 года была рассчитана волатильность важнейших индексов (Рис. 4). Полученные данные наглядно иллюстрируют, что изменчивость российских индексов ММБВ и РТС значительно превышает изменчивость фондовых индексов развитых стран. При этом целесообразно обратить внимание, что в группе индексов стран БРИКС Россия также выделяется большей волатильностью. Индия и Бразилия демонстрируют изменчивость на уровне японского и европейских рынков. Наименее же волатильными из числа западных являются промышленный индекс Доу Джонса, индекс Лондонской фондовой биржи и индекс S&P500 – 500 крупнейших компаний США.

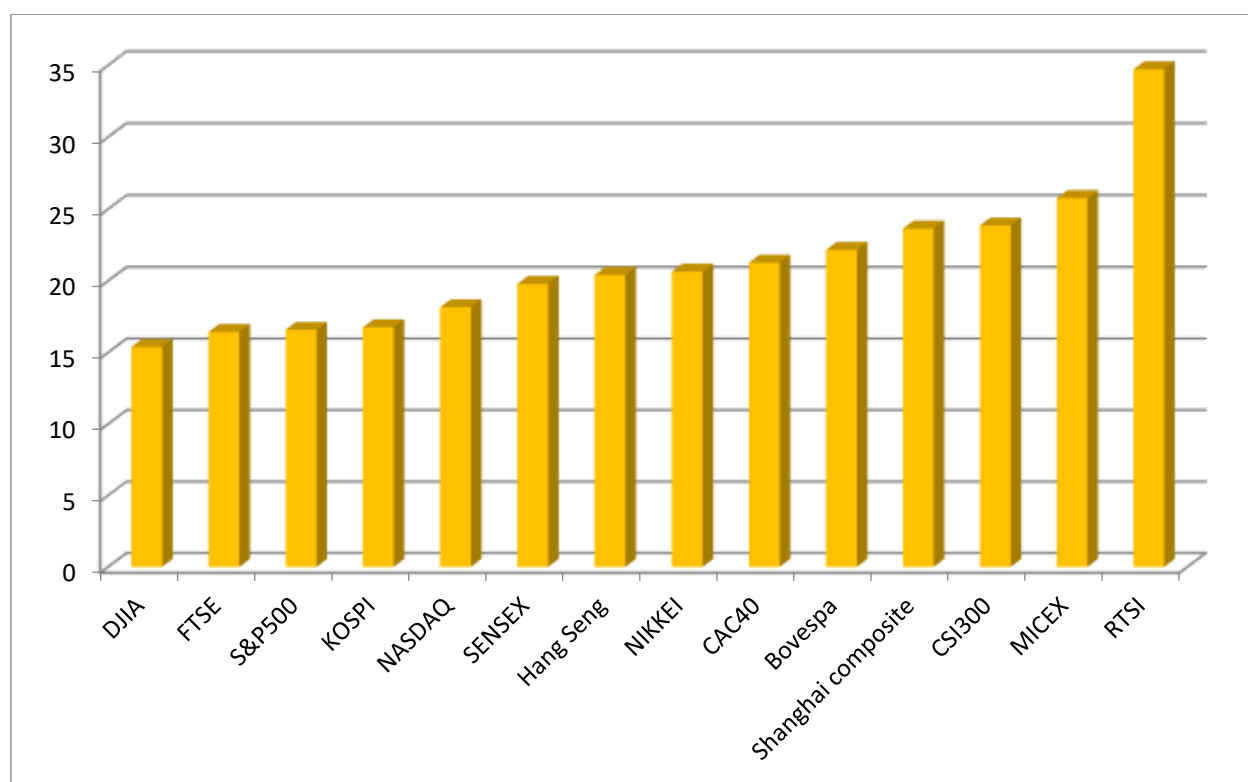


Рис. 4. Годовая волатильность фондовых индексов крупнейших мировых торговых площадок, %.

Источник: составлено автором на основе данных о динамике индексов [3, 4].

Обратной стороной большей волатильности рынка является его более высокая доходность и спекулятивная привлекательность. Возможности для проведения агрессивных краткосрочных стратегий более выражены на российском и китайском фондовых рынках. Российский рынок обладает неплохими возможностями по диверсификации портфеля ценных бумаг, однако эти возможности в большей степени складываются из высокого потенциала прироста курсовой стоимости акций. Обилие относительно

молодых и мелких и средних компаний делает возможным формирование портфеля акций, ориентированного на максимальный прирост капитала. Для инвесторов, желающих совместить вложения в акции с максимальной надежностью, по сути, доступны исключительно крупнейшие российские компании, которые, в силу специфики отечественного рынка, всё равно не могут предоставить уровень надежности, сопоставимый с акциями крупнейших западных компаний.

На китайском рынке волатильность резко увеличилась лишь в последние полтора года, до этого же его динамика была схожа с динамикой рынков развитых стран. Таким образом, операции с акциями китайских компаний также предлагают инвесторам высокий спекулятивный потенциал при больших, чем на Московской бирже, возможностях для построения торговых стратегий и диверсификации портфеля. Ведь листинг китайских бирж насчитывает, как минимум, в 4 раза большее количество доступных для торговли эмитентов [5].

Очевидным выглядит вывод, что именно инвестиции на рынках развитых стран будут более интересны консервативно настроенным инвесторам. Западные рынки обладают значительно большим количеством ценных бумаг, способных составить основу консервативного инвестиционного портфеля. Кроме того, на основе представленных данных о динамике рынков за последние годы видно, что прирост американского и японского рынков был весьма значителен, при этом волатильность оставалась на относительно низком уровне для японского индекса NIKKEI и на минимальном уровне для американского S&P500.

Разумеется, транзакционные издержки при совершении операций на международных рынках оказываются выше, чем при операциях на российских торговых площадках. Особенно это актуально для инвесторов с незначительным объемом активов. Сегодня крупнейшие российские инвестиционные компании через свои зарубежные филиалы предоставляют возможность широкому кругу инвесторов совершать операции на крупнейших мировых торговых площадках. Уровень входа на данные рынки установлен в настоящее время на уровне, аналогичном российскому рынку [6]. Таким образом, даже физические лица имеют возможность инвестировать в широкий круг финансовых инструментов, торгуемых на международных рынках.

Крупные же инвесторы обладают более широкими возможностями по выходу на международный рынок. При значительных оборотах и объемах инвестируемого капитала биржевые и брокерские комиссии оказываются ниже в процентном отношении. Выигрыш за счет снижения риска вследствие большей диверсификации инвестиционного портфеля компенсирует более значительные транзакционные издержки. Поэтому для крупных инвесторов, в том числе институциональных, вложения на развитых международных финансовых рынках представляют собой логичный и эффективный инструмент диверсификации направлений

инвестирования.

Более ликвидные и стабильные зарубежные рынки развитых стран предоставляют инвесторам широкие возможности для построения торговых стратегий, формирования и оптимизации портфелей финансовых инструментов. Низкая волатильность, большее количество ликвидных активов, стабильные темпы роста – все это делает зарубежные рынки развитых стран весьма привлекательными для консервативных инвесторов. С другой стороны, более высокий уровень развития данных рынков делает их более стабильными и прогнозируемыми, что позволяет также осуществлять эффективные спекулятивные операции с умеренным уровнем риска. Именно поэтому игрокам финансового рынка, вне зависимости от объема доступных активов, следует рассматривать возможность осуществления операций на международных рынках как одну из основных возможностей для снижения риска и диверсификации вложений.

Использованные источники:

1. Официальный сайт Всемирной федерации бирж. URL: <http://www.world-exchanges.org>
2. Официальный сайт ПАО «Газпром». URL: <http://www.gazprom.ru/investors/stock/>
3. Официальный сайт инвестиционной компании «ФИНАМ». URL: <http://www.finam.ru>
4. Энциклопедия финансового риск-менеджмента: монография. – М.: Альпина Паблишер, 2009. – 936 с.
5. Официальный сайт Шанхайской фондовой биржи. URL: <http://english.sse.com.cn/>
6. Глобальная торговая платформа «ФИНАМ». URL: <http://www.finam.ru/services/promo00067/>

Курбанова Н.М.

ассистент

кафедра «Теплоэнергетика»

Раббимов У.Ш.

студент

кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»

Суллиев М.А.

магистр

кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»

Ташкентский государственный технический университет

Узбекистан, г. Ташкент

РАЗРАБОТКА РАСХОДОМЕРА ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДОМ УГОЛЬНОЙ ПЫЛИ

В данной работе предлагаются основные преимущества разработанного расходомера для автоматизации и управления расходом угольной пыли на горелке.

Ключевые слова : Уголь, расходомер, давление, термометр, аэросмесь, угольная пыль, тепло электрическая станция, надежность, установка.

Уголь является самым распространенным топливом для ТЭС, так, как является единственным энергоносителем, которым Украина располагает в достаточном количестве. Оптимальная работа котла достигается при поддержании стехиометрического состава воздух – топливо по всем горелкам котла. Регулировка равномерности подачи топлива, в настоящее время, производится специалистами наладки по вторичным признакам и нарушается при смене режима работы котла, что ведет к экономическим потерям из – за уноса горючего, перекосов температурного поля в котле и т.п. Поэтому стоит задача непосредственного измерения расхода угольной пыли на горелку в реальном режиме времени.

Для измерения расхода угольной пыли в мире активно применяется расходомеры, основанные на методах отбора проб. Существует несколько методов отбора проб, но основные – метод ISO 9931 и метод ASTM/ASME. Эти методы основаны на отборе серии проб из трубы, по которой подается угольная пыль. К основным недостаткам методов отбора проб следует отнести сложность реализации непрерывного режима измерения контролируемого параметра, наличие элементов, требующих регулярной замены, потребность в обслуживающем персонале, необходимость приобретения дорогостоящего оборудования и остановки энергоблока для его монтажа [1].

В экономических условиях, расходомеры, основанные на методах отбора проб не находят широкого применения [2,3]. Поэтому существует необходимость разработки расходомера, который бы обеспечивал непрерывное измерение расхода угольной пыли на горелки парового котла, был технологичен в установке, удобен в эксплуатации и, при этом, имел хорошие показатели точности и приемлемую стоимость.

Основные преимущества разработанного расходомера

Разработанный расходомер удовлетворяет следующим требованиям :

1. Удобно в установке и эксплуатации;
2. Высокая надежность;
3. Хорошие показатели точности (погрешность ~3%);
4. Сравнительно низкая стоимость.

Разработанный прибор выполняет следующие функции :

- Непрерывное измерение расхода угольной пыли на горелку котла;
- Отображение информации в числовом виде и в виде графика;
- Возможность сохранения результатов измерений за длительный период для ведения архива и последующей обработки и анализа;
- Возможность использования сигнала для автоматизации управления расходом угольной пыли на горелку.

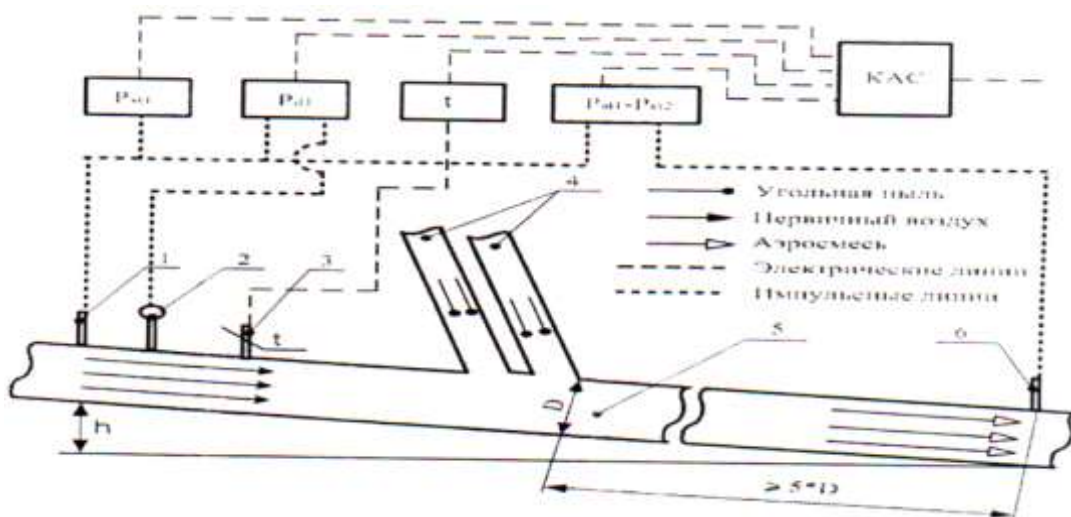


Рис.1. Технологическая схема установки расходомера:

1,6 – отборники статического давления; 2 – зонд полного давления; 3 – термометр; 4 – точки; 5 – пылепровод; P_{st1} – датчик статического давления; P_{d1} – датчик динамического давления; t – термометр; $P_{st1} - P_{st2}$ – датчик разности статических давлений; КАС – коммутатор аналоговых сигналов.

Решение задачи

Схема участка пылепровода, на котором устанавливается расходомер, места установки отборников давления и термометра, приведена на рисунке 1. В пылепроводе (5) создается поток газа (смесь воздуха с отходящими газами после циклона). Через 2 точки (4) в пылепровод в дозированном пылепитателем количестве поступает угольная пыль, осевая скорость которой близка к 0, смешивается с газом, образуя аэросмесь, и транспортируется к горелке котла. Путь выравнивания скоростей газа и пыли больше пяти диаметров пылепровода. Предложенный метод измерения расхода угольной пыли основан на зависимости потерь давления на участке разгона пыли от ее концентрации.

Так как в качестве несущего газа используется смесь воздуха и отходящих газов после циклона, то в нем имеется угольная пыль с начальной концентрацией ρ_{vV} , зависящий от эффективности работы циклона. При эффективности 80%, начальная концентрация равна 0,08кг/м³, является условно постоянной величиной и должна периодически определяться.

Для определения расхода угля по вышеприведенным соотношениям необходимо на пылепроводе измерить следующие величины:

1. Статическое давление;
2. Скоростной напор P_{d1} ;
3. Разность стат. давлений ($P_{st1} - P_{st2}$);
4. Температуру аэросмеси – T_1 (из – за малого времени разгона (~ 0,1 с) считаем постоянной на участке разгона.

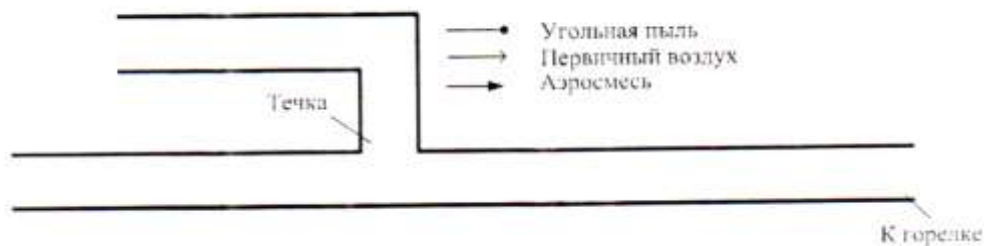


Рис. 2. Образование аэрозоли и места установки датчика.

Таким образом необходимы 2 датчика дифференциального давления, датчик статического давления и датчик температуры (см. рис. 1). К трубопроводу перед течками привариваются штуцер отбора стат. давления, на расстоянии не менее пяти диаметров пылепровода.

На технологической схеме мелким пунктиром обозначены воздушные трубки, а крупным пунктиром – электрические кабели для передачи информационного аналогового сигнала на коммутатор аналоговых сигналов.

Структурная схема расходомера представлена на рисунке 3. Она включает в себя 4 измерительных канала: два канала измерения динамического давления, канал измерения температуры и канал измерения статического давления. Динамические давления $\Delta P1$, $\Delta P2$ с помощью дифманометров преобразуются в электрический токовый сигнал и далее с помощью преобразователей ток напряжение преобразуется в электрический сигнал в вольтах. В канале измерения температуры используется термометр сопротивления. С помощью преобразователя сопротивление – напряжение получаем электрический сигнал в вольтах, который с помощью нормирующего усилителя НУ приводится к стандартному уровню. Датчик статического давления сразу дает сигнал напряжения. Далее электрические сигналы измерительной информации через коммутатор аналоговых сигналов КАС подаются на АЦП, преобразуются в цифровой формат и вводятся в микроконтроллер МК. Микроконтроллер осуществляет дальнейшую обработку измерительных сигналов, вычисляет расход угольной пыли и выдает результат на индикацию. Также к микроконтроллеру через интерфейс RS485 можно подключать компьютер. Это необходимо для получения детальных значений всех измеряемых параметров для построения зависимостей, графиков, а также для сохранения и печати результатов измерений.

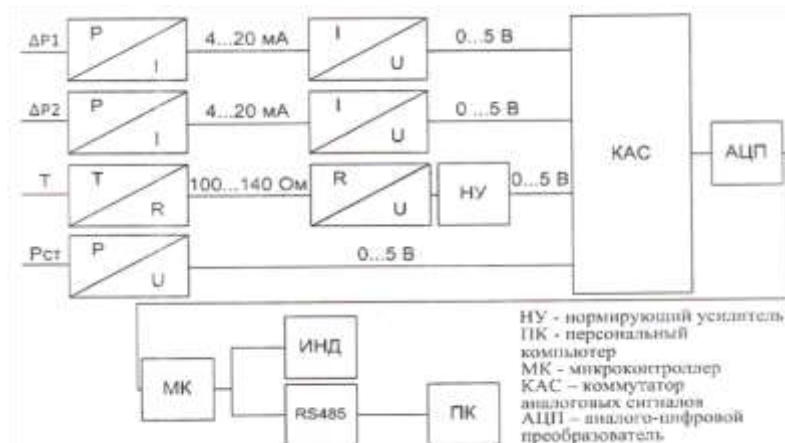


Рис.3. Блок – схема расходомера с датчиками одного измерительного канала.

Результаты испытаний

Типичный график архивных данных расхода пыли по пылепроводу приведен на рисунке 4. Блок находился в резерве, а потом вводился в работу.



Рис.4. График расхода пыли через горелку при пуске блока.

На рисунке 5 приведены результаты измерений с помощью разработанного расходомера .



Рис.5. Зависимость расхода пыли от оборотов пылепитателей.

Результаты дают удовлетворительные совпадение и согласуются с паспортными данными пылепитателей. Таким образом расходомер показал работоспособность в рабочих условиях при достаточно простом аппаратном обеспечении. Эксплуатация канала показала также возможность производить измерения без зонда, используя падение давления на участке между шибром и течками, определяется коэффициент сопротивления этого участка при накладе. Таким образом, на пылепроводе остаются только врезки стат. давления и в расходомере практически отсутствуют изнашивающиеся детали (кроме самого пылепровода).

Использованные источники:

1. Кремлевский П. П. «Расходомеры и счетчики количества: Справочник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Л.: Машиностроение. Ленинград, 1989. — 406 с.
2. Абрамов Г. С., Барычев А. В., Зимин М. И. Практическая расходомерия в промышленности. М.: ОАО «ВНИИОЭНГ», 2000.
3. Саркисян Р.Е., Мезин С.В. Применение метода анализа иерархий к оцениванию эффективности АСУ ТП ТЭС. Методическое пособие. - М.: Изд. МЭИ, 2004.

Кучукова Н.М., к.э.н.

доцент

Ляпустина О.А.

студент 4 курса

Яшкина А.Л.

студент 4 курса

факультет «Экономика и управление»

Уфимский государственный университет экономики и сервиса

Россия, г. Уфа

НОВОЕ В ПОРЯДКЕ ИСПРАВЛЕНИЯ ОТЧЕТНОСТИ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Аннотация: в статье приведены изменения в порядке исправления ошибок в бухгалтерской отчетности за нарушение налогового законодательства. Рассмотрены виды ошибок, способы их исправления и санкции за нарушение правил учета.

Ключевые слова: ПБУ, существенность ошибки, бухгалтерская отчетность, налоговый учет.

Abstract: the article presents changes in the procedure of correcting errors in accounting statements for violation of tax legislation. The authors examined what is the error according to the Regulation of accounting, types of errors, methods of correction and penalties for violation of accounting rules.

Keywords: PBU, the materiality of errors, financial statements, tax accounting.

При совершенствовании нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета и отчетности Министерством финансов РФ было

утверждено ПБУ 22/2010. В ПБУ 22/2010 дано определение « ошибка – это неверное отражение либо не отражение фактов финансово-хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и (или) бухгалтерской отчетности предприятия». При выборе порядка исправления ошибок организации следует подразделить предполагаемые ошибки на существенные и несущественные. Ошибка считается существенной, когда она в отдельности или в совокупности с другими ошибками за один и тот же отчетный период может повлиять на экономические решения пользователей, которые принимаются ими на основе бухгалтерской отчетности за данный период. Существенность ошибки предприятие определяет само, исходя из величины и характера статьи (либо нескольких статей) бухгалтерской отчетности. Выявленные ошибки и их последствия обязательны для исправления [1].

Существенная ошибка предыдущего отчетного года, которая была выявлена после утверждения бухгалтерской отчетности за данный период, должна быть обязательно исправлена:

1) путём записей по соответствующим счетам бухгалтерского учета в текущем отчетном периоде. При этом корреспондирующим счетом в записях служит счет 84 "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)";

2) пересчетом сравнительных показателей бухгалтерской отчетности за отчетные периоды, которые представлены в бухгалтерской отчетности предприятия за текущий отчетный год, помимо случаев невозможности определения связи этой ошибки с определенным периодом либо определения влияния ошибки накопительным итогом.

Пересчет сравнительных показателей бухгалтерской отчетности – это исправление показателей бухгалтерской отчетности так, словно ошибки предыдущего отчетного периода никогда не было. Исправление ошибок должно производиться начиная с того предшествующего отчетного периода, когда была допущена данная ошибка. При исправлении существенной ошибки предыдущего отчетного года, которая была выявлена после утверждения бухгалтерской отчетности, не нужно пересматривать, заменять либо представлять повторно бухгалтерскую отчетность за предыдущие отчетные периоды пользователям бухгалтерской отчетности. Несущественную ошибку предшествующего отчетного года, которая была выявлена после даты подписания бухгалтерской отчетности за этот год, нужно исправить путем записей по соответствующим счетам бухгалтерского учета в том месяце отчетного года, когда была выявлена ошибка. Прибыль или убыток, которые возникли в результате исправления данной ошибки, нужно отразить на счете 91 "Прочие доходы и расходы" за текущий отчетный период.

Ошибки в налоговом учете исправляют согласно п.1 ст.81 НК РФ «Внесение изменений в налоговую декларацию», внося необходимые дополнения и изменения в налоговую декларацию. Можно корректировать базу налогового (отчетного) периода, в котором выявлены ошибки или искажения, относящиеся к прошлым периодам, лишь в том случае, если

допущенные ошибки привели к переплате налога. При исправлении ошибки налогоплательщик обязан перевести в бюджет недостающую сумму налога, а также пени за данный период.

В ст.120 НК РФ прописаны санкции для предприятий в размере 20% от суммы налога, которая не была уплачена, но составляющая не менее 40 тыс.руб. Также предусмотрен штраф в размере 15 тыс.руб. за грубое нарушение правил учета доходов и расходов и объектов налогообложения. Заметим, что ответственность по данной статье может быть применена к предприятию, даже если ошибки в бухгалтерском учете не привели к недоплате налогов. Кроме того, данная ответственность не применяется к единичным ошибкам и ошибкам в методологии бухгалтерского учета: грубым нарушением является только систематическое (2 раза и более за календарный год) несвоевременное или неверное отражение одновременно и на счетах бухгалтерского учета, и в отчетности.

Также существует административная и уголовная ответственности за неуплату налогов. В законодательных актах РФ Федеральным законом от 29.12.2009 №383-ФЗ прописаны изменения, смягчающие условия привлечения лиц к уголовной ответственности за совершение преступлений за нарушение законодательства о налогах и сборах. Так, значительно увеличен размер задолженности по налогам (пеням, штрафам), которая влечет уголовную ответственность налогоплательщиков. В ст. 199 УК РФ прописано, что крупным признается сумма налогов и (или) сборов, составляющая за период в пределах трех финансовых лет подряд более двух миллионов рублей, а особо крупным размером - сумма, составляющая за период в пределах трех финансовых лет подряд более десяти миллионов рублей [2].

В УПК РФ Федеральным законом от 29 декабря 2009г №383-ФЗ была введена новая ст.28.1, которая определяет порядок прекращения уголовного преследования, который связан с нарушением законодательства о налогах и сборах. Изменение заключается в том, что уголовное преследование прекращается в том случае, когда до окончания предварительного следствия ущерб, который причинен бюджетной системе РФ в результате преступления, возмещен полностью (т.е. недоимка, пени и штрафы уплачены в полном размере). Также произошли изменения в ст.108 УПК РФ: подозреваемое или обвиняемое лицо в совершении уголовных преступлений за уклонение от уплаты налогов (сборов), неисполнение обязанностей налогового агента, сокрытие денег либо имущества, за счет которых должно производиться взыскание налогов (сборов), не может быть заключено под стражу.

Таким образом, при обнаружении ошибки аудитором или самим налогоплательщиком, чем быстрее он её исправит и внесет в бюджет недостающую сумму налога, тем меньше риск подвергнуться финансовым санкциям, т.к. отпадает одно из условий ответственности – наличие неисправленной ошибки (ст.108 НК РФ) и ответственность не наступает.

Использованные источники:

1. Положение по бухгалтерскому учету № 22/2010 от 28.06.2010 "Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности"
2. Уголовный кодекс (УК РФ), №63-ФЗ от 13.06.1996г.
3. Красносельская Д.Х. Соотношение норм накопления физического и человеческого капитала: теоретические подходы и апробация модели Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2013. № 4. С. 92-96
4. Кучукова Н.М. Инвестиционные вложения в арендованное имущество. В сборнике: Предпринимательство в России. Взаимодействие государства и бизнеса. Материалы международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2014. С.86-88.
5. Шарипова И.М., Мухаметова Д.Д. Повышение вклада предпринимательства в обеспечение устойчивого развития экономики региона. Экономика и управление: научно-практический журнал. 2014. № 2 (118). С. 51-55.

*Лазаревский П.П., к.техн.н.
доцент*

кафедра «Металлургия черных металлов»

*Романенко Ю. Е., к.техн.н.
доцент*

кафедра «Металлургия черных металлов»

*Сибирский государственный индустриальный университет
Россия, г. Новокузнецк*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОСОПРОТИВЛЕНИЯ КВАРЦИТОВ РАЗЛИЧНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ ПРИ НАГРЕВЕ

Аннотация. Приведены результаты определения электросопротивления кварцитов различных месторождений. Установлено, что основным фактором влияющими на изменение физических свойств кварцитов при нагреве является мимический состав.

Ключевые слова: кварциты, электросопротивление, кремнезем, химический состав.

DETERMINATION OF ELECTRICAL QUARTZITES VARIOUS FIELDS IN HEATING

Abstract. The results of determining the resistivity of various quartzite deposits. It was found that the main factor influencing the change in physical properties during heating quartzite is a mimic the composition.

Keywords: quartzites, electrical resistance, silica, chemical composition.

Технико-экономические показатели плавки кремния и его сплавов существенно зависят от качества применяемых шихтовых материалов. В процессе восстановительной плавки кремнеземсодержащие материалы различных месторождений отличаются своим поведением даже при близком

химическом составе, поэтому к кремнеземсодержащим рудным материалам нет единых требований по металлургическим характеристикам и показателям.

К качественным характеристикам кремнеземсодержащего сырья относится не только его химический состав, но и физико-химические свойства материала, оказывающие влияние на процесс выплавки и технико-экономические показатели производства кремния и его сплавов. Для получения более полного представления о металлургической пригодности рудного сырья для производства кремния и его сплавов необходимо изучить взаимосвязь химического состава сырья с его физическими свойствами в частности электросопротивление.

Электросопротивление шихты оказывает большое влияние на показатели выплавки ферросплавов. Электрический режим работы рудовосстановительной электропечи в значительной степени зависит от электросопротивления применяемых рудных материалов. Повышенные значения удельного электросопротивления обеспечивают глубокую посадку электродов в шихте и уменьшают растекание токов в верхних горизонтах печи, так как дают возможность увеличить рабочее напряжение, а, следовательно, и полезную мощность агрегата, что способствует снижению удельного расхода электроэнергии [1].

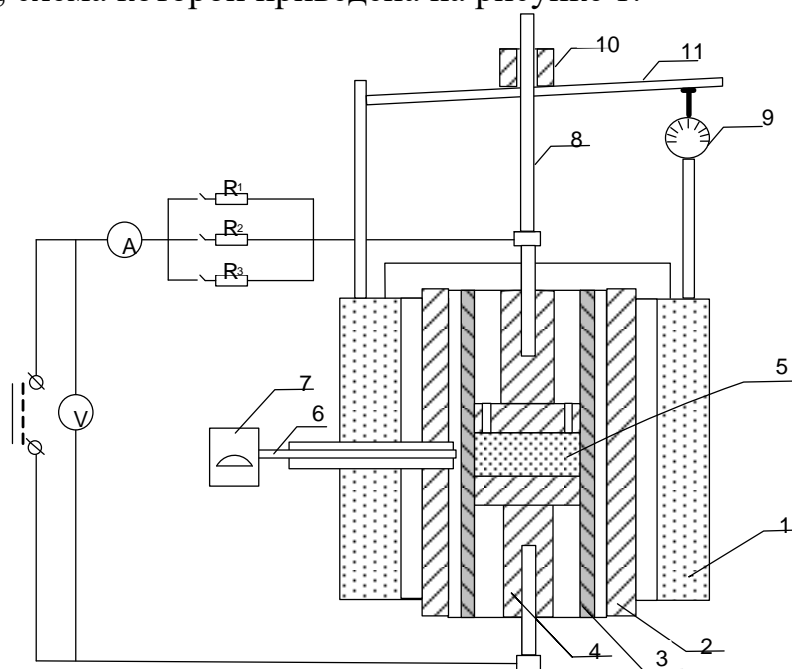
Исследования по определению электросопротивления проводили с применением кварцитов Сунгайского рудопроявления (Заринский р-н, Алтайский край), Черемшанского месторождений (Прибайкальский р-н, Бурятия), Антоновского месторождения (Анжеро-Судженск, Кемеровская обл.) и Уватского месторождения (Нижеудинский р-н, Иркутская обл.). Результаты химического анализа исследуемых кварцитов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Химический состав кварцитов различных месторождений [2]

Наименование кварцитов	Компонентный состав, масс. %											
	SiO ₂	Al ₂ O ₃	Fe ₂ O ₃	CaO	MgO	TiO ₂	Na ₂ O	K ₂ O	MnO	P ₂ O ₅	Ba + Sr	Nb
Сунгайский	98,2-99,95	следы-0,21	следы-1,59	следы	следы	<0,01	<0,20	<0,02	<0,01	<0,01	<0,02	<0,003
Антоновский	97,5-98,54	0,30-0,63	0,20-0,40	0,51-0,70	<0,05	<0,02	<0,20	<0,07	<0,01	<0,01	<0,02	<0,003
Черемшанский	98,91-99,5	0,12-0,31	0,17-0,29	0,12-0,4	<0,05	<0,01	<0,20	<0,04	<0,01	<0,01	<0,02	<0,003
Уватский	97,73-96,8	3,24-0,49	0,77-0,08	0,01-0,03	<0,05	0,059-0,21	<0,20	0,49-0,19	<0,01	<0,01	<0,02	<0,003

Исследования по определению удельного электросопротивления

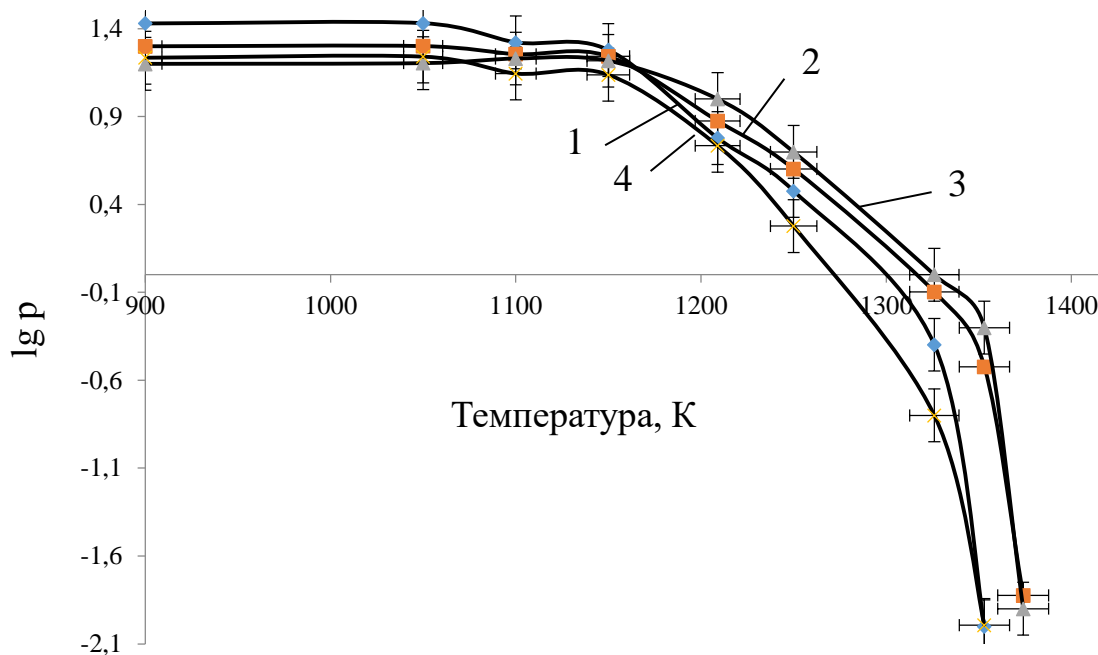
проводили по методике, разработанной Институтом металлургии УрО РАН [3] на установке, схема которой приведена на рисунке 1.



- 1 – печь сопротивления; 2 – угольный нагреватель; 3 – алундовая трубка;
 4 – графитовый электрод; 5 – кварцит; 6 – термопара; 7 – потенциометр;
 8 – стержень силитовый; 9 – индикатор, регистрирующий степень усадки образца; 10 – груз; 11 – рычаг

Рисунок 1 – Схема установки для измерения удельного электросопротивления

Измельченный до фракции от 2,5 до 5 мм кварцит помещали между двумя графитовыми электродами. Навеска кварцита находилась под давлением 0,2 МПа [2]. Такая нагрузка примерно соответствует средним значениям удельного давления на шихту в рудовосстановительной печи. На образец через электроды подавали постоянное напряжение 12 В и на амперметре фиксировали изменения величины тока в цепи в течение нагрева пробы от комнатной температуры до температуры, при которой информация на дисплее амперметра указывала «короткое замыкание». Скорость нагрева печи составляла 50 град./мин [4]. Результаты исследований приведены на рисунке 3.



кварциты месторождения: 1 – Антоновского; 2 – Сунгайского рудопроявления; 3 – Черемшанского; 4 – Уватского

Рисунок 3 – Зависимость изменения удельного электросопротивления кварцитов от температуры

Из анализа результатов исследований следует, что в интервале температур от 297 до 1050 К изменений значений УЭС во всех образцах не происходит. Дальнейшее увеличение температуры приводит к существенным изменениям в характере кривых: наблюдается резкое уменьшение УЭС кварцита. Полученные результаты показали, что по значениям удельного электросопротивления исследуемые кварциты не имеют существенных отличий друг от друга.

Использованные источники:

1. Электросопротивление углеродистых восстановителей и шихт для плавки АМС / Радугин В.А. и [др.]. // В сб. «Производство стали и ферросплавов». – Новокузнецк: СМИ, 1969. – С. 246 – 252.
2. Лазаревский П.П. Комплексное изучение металлургических характеристик и повышение эффективности использования кварцитов Сунгайского рудопроявления: дис. на соиск. учен. степ. канд. техн. наук / П.П. Лазаревский. – Новокузнецк., 2013. – 120 с.
3. Жучков, В. И. Методика определения электрического сопротивления кусковых материалов и шихт / В. И. Жучков, А. С. Микулинский // В сб. «Экспериментальная техника и методы высокотемпературных измерений». – М.: Наука, 1966. – С. 43 – 46.
4. Лазаревский П.П. Изучение температуры плавления и электросопротивления кварцитов различных месторождений / П.П.

Лазаревский, И.Д. Рожихина. Исследование различных направлений современной науки. VIII Международная научно-практическая конференция. [Электронный ресурс]. – М.: Издательство «Олимп», 2016. – 1426с.

*Латыпова Г.Ф.
студент 1 курса
Мингалимова А.В., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедры экономики и управления
Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева-КАИ
Россия, г. Чистополь*

САНКЦИИ: СУЩНОСТЬ И ПОСЛЕДСТВИЯ

В статье рассмотрено влияние санкций, введенных США и ЕС против России, и ее ответных мер на экономические связи между ними. Обмен санкциями порождает обособленность и отрицательно сказывается на возможностях хозяйственного развития России и ЕС.

Ключевые слова: санкции, ВВП, экспорт, импорт.

SANCTIONS: THE ESSENCE AND CONSEQUENCES

The economic effect of USA and EU sanctions against Russia and retaliatory measures undertaken by Russia are examined. The exchange of sanctions generates autarchy and affects economic development prospects.

Keywords: sanctions, GDP, exports, imports.

Санкции – ограничения для группы лиц или целого государства, призванные «наказать» правительство какой-либо страны за нарушения международных соглашений и заставить отказаться от них в будущем.

Инициатором введения санкций с целью международной изоляции России стало руководство США, под сильным давлением которого, рискуя понести экономический ущерб, к санкциям присоединились страны Евросоюза.

Последствия ужесточения санкций Запада против России в области энергетики, финансов и обороны начали сказываться на европейском и американском бизнесе. Международные компании и корпорации, которые представлены на российском рынке, уже несут убытки, урезая контракты, сворачивая поставки и закрывая офисы в России в соответствии с введёнными ограничениями.

Крупнейший в Европе производитель автомобилей Volkswagen сообщил о падении продаж в России на 8% с начала года. Председатель правления концерна Siemens Джо Кезер предупредил, что геополитическая напряжённость будет продолжать влиять на доходы международных компаний в текущем и следующем годах.

Затронуты и американские компании. Международные платёжные

системы Visa и MasterCard могут столкнуться с ограничениями своей деятельности на фоне создания в России национальной платёжной системы.

От введённого Россией продовольственного эмбарго в первую очередь несут потери Польша, Литва, Нидерланды, Германия и Испания.

Наращивание производства, модернизация сельского хозяйства, развитие пищевой отрасли - так эксперты оценивают будущее России с момента введения санкций против стран ЕС, США, Канады, Австралии и Норвегии. Для России от этого запрета на ввоз сельскохозяйственной продукции выделяют только плюсы, минус может быть только один – повышение цен на продукцию.

Экономические санкции более действенны в отношении стран – традиционных хозяйственных партнеров, чем против давних соперников. Для России санкции со стороны США менее болезненны, чем со стороны стран-членов ЕС, признанного нашим стратегическим партнером. На конец 2013 г. объем накопленных российских инвестиций в экономике США составил 4,1 млрд долл., а, например, в Нидерландах – 23,3 млрд долл. [1].

Сформулируем общие выводы о последствиях санкций для российской экономики:

1. В отношении России впервые применены внешнеторговые ограничения на поставку инновационных и инвестиционных товаров, на действие международных соглашений о совместной деятельности, необходимых нефтегазовым компаниям. Возникли препятствия для перехода к добыче трудноизвлекаемых углеводородов на бедных месторождениях, на шельфе Ледовитого океана, из сланцев. Откладывается выполнение ряда крупных нефтегазовых проектов. Например, нефтяная компания «Лукойл» из-за санкций была вынуждена сократить инвестиционную программу.

Под угрозой оказывается обеспечение страны техникой, технологиями, лекарствами, многими потребительскими товарами.

Ограничение доступа на рынки капитала развитых стран вынуждает крупнейшие российские компании искать новые источники финансирования, а это приводит к увеличению стоимости привлечения ресурсов [3].

2. Запрет на поставки продукции двойного назначения ограничивает возможность модернизации оборонно-промышленного комплекса, восстановления его инновационного потенциала до уровня оборонной достаточности.

Главная «беда» заключается в почти полном отсутствии в России элементной компонентной базы для производства современных электронных приборов. В условиях санкций ей придется переходить на азиатскую элементную базу и ускоренно развивать свою собственную.

Другая проблема связана с небольшим объемом станков, производимых в России, которые необходимы для производства продукции машиностроения.

Станкостроительная промышленность практически не функционирует,

объемы выпуска металлообрабатывающих станков с конца 80-х годов упали более чем в 25 раз и составили в 2013 году 2900 штук, а импорт превысил 130 тыс. штук. Под санкции подпадает и экспорт станков в Российскую Федерацию, что осложняет модернизацию предприятий ВПК и соответственно будет тормозить реализацию программы перевооружения Армии.

Поэтому крайне необходимо восстановление диверсифицированной машиностроительной базы для основных отраслей российской экономики, как необходимого условия перехода к новой модели устойчивого и динамичного экономического роста.

Уровень самообеспеченности отечественного рынка отдельными видами промышленной продукции крайне низок и к 2020 г. его не удастся преодолеть.

На основе импортозамещения может быть сформирован достаточно емкий рынок (спрос на широкую номенклатуру промышленной продукции) удовлетворение которого должно способствовать росту экономической динамики. В 2013 году импорт машин и оборудования из дальнего зарубежья удовлетворял потребности российского рынка на 45% и составлял в стоимостном измерении 140,5 млрд долл., что составляло 79% в стоимостном выражении от внутреннего производства машин и оборудования. Если исходить из необходимости перехода на модель активного экономического роста, то потребность в машинах и оборудовании с учетом импортозамещения может быть оценена в 13 трлн. руб., что больше объема выпуска в 2013 году всего машиностроительного комплекса в 2,3 раза, а промышленного оборудования различного назначения почти в 11 раз [5].

3. В результате замещения импорта продукцией собственного производства либо товарами, поставляемым их третьих стран, могут снизиться качество продукции и/или вырасти издержки производства.

4. Глобальные угрозы несут ограничения на совместную деятельность российских компаний с ведущими зарубежными партнерами в области экологических проектов, особенно в атомной энергетике, при добыче углеводородов на шельфе Ледовитого океана, при использовании зон вечной мерзлоты. Даже после отмены санкций прежние мирохозяйственные связи России и Европы быстро восстановить не удастся, поскольку исчезло взаимное доверие [4].

В этих условиях ускоренное импортозамещение, пусть с потерями, необходимо для обеспечения геополитической безопасности России.

Использованные источники:

1. Клинова М, Сидорова Е. Экономические санкции и их влияние на хозяйственные связи России с Европейским союзом // Вопросы экономики. 2014. № 12. С. 67–79.
2. Кулинич Р. Ход конем. Последствия российских санкций для ЕС – 24 СМИ. Новости – 2014. – август // [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://24smi.org>.

3. Мингалимова А.В. Влияние внешних условий на экономику России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. №12-1. С.179-181.

4. Фальцман В. Импортозамещение в ТЭК и ОПК // Вопросы экономики. 2015. №1. С. 116–124.

5. Шмелев Б.А. Последствия введенных санкций для экономического развития России – 2015. – декабрь // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rescue.org.ru>.

*Лещева Д. В.
студент 2ого курса
Герасимова В.Г.
ассистент
кафедра ИСТ
ПГУТИ
Россия, г. Самара*

АНАЛИЗ ДАННЫХ В СИСТЕМЕ POLYANALYST

Аннотация: в статье освещены основные принципы работы пакета PolyAnalyst.

Ключевые слова: торговые системы, анализ данных, Data Mining, инструментарий.

В настоящее время многие успешные финансовые компании используют возможности торговых систем. К числу подобных систем и относится пакет PolyAnalyst, в основе которого лежит технология искусственного интеллекта Data Mining.



Основной задачей PolyAnalyst является анализ текстовых и числовых баз данных с целью извлечения из них практически полезных знаний, необходимых для принятия оптимальных решений в бизнесе и в других областях человеческой деятельности.

Система представляет собой рабочее место аналитика, предлагая 11 алгоритмов анализа данных, решающих поставленные перед пользователем следующие задачи:

1. **Классификация.** Система должна проанализировать

полученные данные и отнести их к какой-либо категории.

2. **Прогнозирование.** На основе значений нескольких полей объекта получить остальные значения, например, таким образом строится закон спроса и предложения.

3. **Кластеризация.** Выяснить, однородны ли данные, по каким атрибутам группируются. Приложению необходимо найти эти общие признаки и разделить объекты на группы.

4. **Нахождение исключений.** Исключения - объекты, выделяющиеся из общей массы своими характеристиками. Для того чтобы их обнаружить, необходимо сравнить все объекты, получить сведения о средних параметрах, а потом исследовать те объекты, свойства которых сильно отличаются от средних значений.

5. **Анализ потребительской корзины.** Он представляет собой поиск связанных объектов. Например, у пользователя имеется информация о покупках, где с каждым покупателем связано несколько товаров, купленных им одновременно. Таким образом, по базе данных магазина можно вычислить, какие товары покупаются одновременно. С помощью полученного анализа можно провести успешную целенаправленную маркетинговую программу.

PolyAnalyst отличается от подобных ей систем наличием интересного метода - метода нахождения законов. Его суть заключается в создании многомерных зависимостей посредством эволюционного программирования. Каждая зависимость представлена в виде простенькой программки на специальном языке, что помогает выразить эволюцию по определенным законам. Такой метод достаточно точен и в то же время понятен рядовому пользователю.

Система представляет собой объектно-ориентированную среду для создания сценариев и проведения различного рода исследований. Вся информация отображается в виде объектов нескольких классов. Абсолютно все логические объекты, возникающие в процессе анализа данных (подмножества данных, правила, зависимости, функциональные преобразования данных, графики, отчеты, текущие процессы в работе программы), представляются на экране монитора в виде графических объектов. И с ними, наконец, можно взаимодействовать - выполнять различные операции с помощью мыши или клавиатуры.

Однако, какими бы успешными ни были системы, реализующие алгоритмы добычи знаний из данных, они не смогут полностью заменить аналитиков, которые хорошо понимают деловую область, сами данные, общий характер используемых аналитических методов и обладают способностью интерпретировать полученные результаты.

Использованные источники:

1. <http://www.osp.ru/cw/2000/34/6742/>
2. <http://forexanalytics.narod.ru/safin99.html>

*Лещева Д. В.
студент 2ого курса
Герасимова В.Г.
ассистент
кафедра ИСТ
ПГУТИ
Россия, г. Самара*

КРАТКИЙ ОБЗОР СИСТЕМЫ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ DEDUCTOR

Аннотация: в статье рассматриваются основные особенности аналитического приложения Deductor.

Ключевые слова: аналитические системы, хранилище данных, интеграция, прогнозирование, наглядность.

В век развития информационных технологий почти ни одно предприятие не обходится без использования различных систем, упрощающих их работу. К данным системам относится и платформа Deductor, которая анализирует данные и прогнозирует развитие той или иной фирмы, предлагает различные решения по улучшению качества работы предприятия. Система имеет возможность формировать отчеты, настраиваемые по желанию пользователя.

Deductor - приложение для получения аналитических решений. Оно состоит из нескольких компонентов: Deductor Warehouse, Deductor Studio, Deductor Viewer, Deductor Analytic Server, Deductor Client.

Хранилище Deductor Warehouse представляет собой базу данных, необходимых для анализа предметной области, которая обеспечивает быстрый и удобный доступ к информации.

Deductor Studio - программа, отвечающая за импорт, визуализацию, обработку и экспорт данных. Она может работать не только с информацией из хранилища, но и с данными из любого другого источника. Именно этот компонент приложения занимается получением прикладного решения, необходимого аналитику.

Deductor Viewer позволяет пользователю просматривать отчеты, полученные в ходе работы Deductor Studio. Пользователь лишь выбирает, в каком виде будут представлены результаты.

Deductor Analytic Server удаленно анализирует информацию и загружает обработанные данные на сервер для изменения моделей, работает за счет кэширования данных и многопоточной обработки.

Deductor Client - клиент, с помощью которого пользователь может получить доступ к Deductor Analytic Server. Он обеспечивает удаленный доступ к серверу (т.е. из сторонних приложений).

Приложение Deductor обладает рядом преимуществ:

- **Встроенная интеграция с десятком источников данных.**

Программа может обмениваться информацией с другими системами, например, с 1С:Предприятие, Microsoft Excel.

- **Единый центр обработки и хранения информации.** Все данные, необходимые для работы приложения, содержатся в одном хранилище. Это облегчает пользователям получить к ним доступ.

- **Качественная поддержка принятия решений.** Задачи решаются исключительно посредством возможностей системы, не требуя приобретения дополнительных программ.

- **Различные средства отображения информации.** Платформа предлагает огромный выбор оформлений отчетов, от диаграмм и таблиц, до деревьев решений и других технологий.

- **Усовершенствованные методы анализа данных.** Интерфейс системы имеет более 30 инструментов для выполнения анализа данных и получения решения при минимальных затратах времени.

Платформа предлагает аналитикам большой выбор инструментов, необходимых для работы с самыми разнообразными задачами: корпоративная отчетность, прогнозирование, сегментация, визуализация, поиск закономерностей и эти и другие задачи, где применяются такие методики анализа, как OLAP, Knowledge Discovery in Databases и Data Mining. Deductor является идеальной платформой для создания систем поддержки принятия решений.

Практическое применение аналитических систем является важным шагом в развитии предприятия. Использование функций анализа данных позволяет улучшить качество принятия производственных решений, расширить точность оценки работы предприятия, получить отсутствующие сведения и детальный прогноз относительно дальнейшего развития компании.

Использованные источники:

1. http://www.etax.ru/drugie-napravleniya/produkty-i-uslugi?product_id=13
2. https://basegroup.ru/system/files/documentation/guide_admin_5_3_20150824.pdf

*Ли А.С., к.э.н.
ст. преподаватель
Поленок А.Е.
студент гр. 15-маг
НГАСУ (Сибстрин)*

Российская Федерация, г. Новосибирск

УЧЕТ ФАКТОРОВ РИСКА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация: В статье рассмотрены основные факторы риска, которые влияют на деятельность и развитие предприятий малого и среднего бизнеса. Предложены пути снижения риска на малом предприятии.

Ключевые слова: малый бизнес, риск, развитие, факторы, классификация, специфика.

Annotation: the article examines the main risk factors that affect the activity and development of enterprises of small and average business. Consider ways to reduce risk.

Keywords: small business, risk, development, factors, classification, specificity.

Малое предпринимательство играет особо важную роль в развитии общества и государства, во многом ускоряет темпы роста экономического развития и увеличивает занятость населения. Высокий уровень развития данного сектора выступает необходимым слагаемым в экономической деятельности России.

Малое предпринимательство - это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законами, критериях (показателях), конституирующим сущность этого понятия [7].

Отличительной особенностью малого предпринимательства является наличие высокого уровня риска, который сопровождает данный сектор от стадии создания, в течении всего функционирования организации. Это означает, что действия малых предприятий в настоящих условиях не могут быть с полной определенностью рассчитаны и осуществлены. Многие решения в предпринимательской деятельности приходится принимать в условиях высокой неопределенности, когда необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать и правильно рассчитать.

Термин «риск» с греческого переводится как скала или утес, с итальянского – опасность, угроза [2]. В современной экономической литературе нет однозначного подхода к определению понятия риска. Основными подходами к определению понятия «риск» являются следующие (рисунок 1).

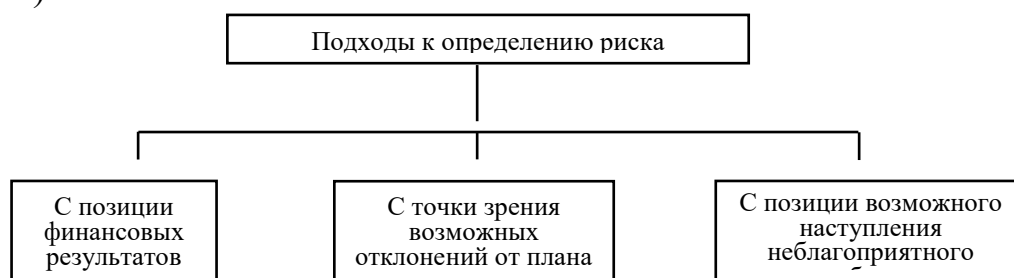


Рисунок 1. – Подходы к определению рисков

В общем случае под риском будем понимать возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой различного рода потери.

Успех в мире бизнеса решающим образом зависит от правильности и обоснованности выбранной стратегии предпринимательской деятельности. При этом должны учитываться вероятности критических ситуаций.

Рассматривая сегмент малого и среднего предпринимательства,

учитывая его особенности, можно выделить основные моменты присущие данному сегменту в каждом виде риска:

1) производственный риск, это возможностью невыполнения фирмой своих обязательств по контракту или договору с заказчиком [1].

Данный риск присущ любому сегменту бизнеса, однако для малого бизнеса он наиболее актуален, в силу того, что мощности предприятий данной категории довольно скромны, а при отсутствии грамотного планирования производственных мощностей и преувеличении ожидаемого результата, управленческий состав может столкнуться с тем, что мощности данного предприятия недостаточно для выполнения заказа.

2) финансовый (кредитный) риск, связанный с возможностью невыполнения фирмой своих финансовых обязательств [4].

Зачастую малые предприятия, в связи с недостаточным для успешного ведения бизнеса оборотным капиталом, используют заемные средства, будь то кредиты или деньги, полученные от инвестора. Принимая во внимание три основные особенности заемных средств: возвратность, платность и срочность, перед малой организацией встает обязательство в определенный срок выплатить основной долг и заплатить проценты за пользование заемными средствами. В связи с низкой доходностью малых предприятий возникает риск невозможности возврата.

3) инвестиционный риск, связанный с возможным обесцениванием инвестиционно-финансового портфеля, состоящего как из собственных ценных бумаг, так и приобретенных [2].

Рассматривая возможности малых предприятий, можно сделать определенные выводы по инвестиционному портфелю данного сегмента, сюда входит: низкая доходность, в связи с малыми инвестициями; вложение в высокорисковые проекты, не приносящие дивидендов; низкая диверсифицированность инвестиционного портфеля.

4) рыночный риск, связанный с возможным колебанием рыночных процентных ставок, как собственной национальной денежной единицы, так и зарубежных курсов валют.

Все факторы, так или иначе влияющие на рост степени риска в проекте, можно условно разделить на несколько групп, подобное деление приведено на рисунке 2.

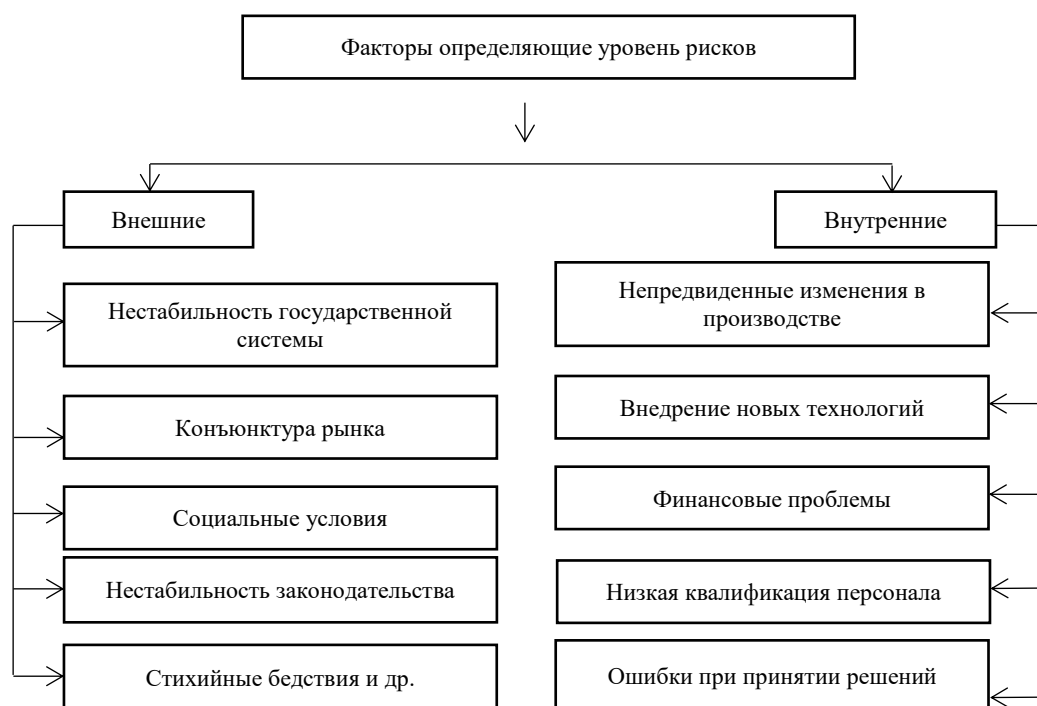


Рисунок 2. – Факторы определяющие уровень рисков

Высокая степень риска проекта приводит к необходимости поиска путей ее искусственного снижения.

В практике управления малыми предприятиями предлагаются следующие способы снижения риска:

- распределение риска между участниками проекта (передача части риска соисполнителям);
- бизнес-планирование;
- использование в деятельности финансового менеджмента.
- страхование;
- диверсификация деятельности;
- резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов.

В силу того, что сегмент малого бизнеса является высокорисковым, учет факторов риска в деятельности данных субъектов должен являться основой планирования и развития предприятия, это позволяет избежать неблагоприятных последствий, нарушающих стабильное развитие.

Использованные источники:

1. Воробьев С.В. Управление рисками в предпринимательстве : учебное пособие / С.В. Воробьев, К.В. Балдин. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013 – 482 с.
2. Зонова О.В. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учебное пособие / О.В. Зонова. – Кемерово : Гу КузГТУ, 2012 – 199 с.

3. Гребенщикова И.Д. Финансовый менеджмент как один из путей повышения стабильности предприятий малого бизнеса [Электронный ресурс] / И.Д.Гребенщикова, А.Е. Поленок // «Теория и практика современной науки». Основной раздел № 6 (6). – Режим доступа: http://modern-j.ru/domains_data/files/6/Grebenschikova_I_D__Polenok_A_E__osnovnoy_razdel.pdf. – Загл. с экрана (дата обращения: 27.02.2016).
4. Мамедова Н.А. Малый бизнес в рыночной среде : учебное пособие / Н.А. Мамедова, Е.А. Девяткин. – Москва: Изд. Центр ЕАОИ, 2011 – 152 с.
5. В помощь бухгалтеру. Информационный ресурс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mvf.klerk.ru/spr/spr109.htm>. – Загл. с экрана (дата обращения: 22.02.2015).
6. Infomanagment, электронная литература [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infomanagement.ru/referat/16/4> - Загл. с экрана (Дата обращения: 01.02.2016).
7. JustEconomic: экономические нормы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.justeconomic.ru/jusecs-288-1.html> – Загл. с экрана (Дата обращения 29.01.2016).

*Липунова Л.В., к.ист.н.
доцент
НФИ КемГУ*

Российская Федерация, г. Новокузнецк

ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЕ УЧЕНИЕ Ф. НИЦШЕ. ВОЛЯ К ВЛАСТИ

На протяжении всей истории политико-правовые идеи формировались, развивались и претерпевали изменения. В XIX веке политико-правовые теории исходя из сложившейся практики предшествующего времени преследуют цель «все объяснить» и «решать все проблемы», но так как данный век ознаменован бурным развитием капитализма, а как следствие и конкуренцией, частной собственностью и другими его особенностями, то все эти изменения и стали причиной создания новой политической и правовой системы. Одним из множества значительных лиц в истории политической и правовой мысли является немецкий мыслитель, композитор, поэт, филолог, а также создатель самобытного философского учения, которое носит, подчеркнуто не академический характер и отчасти, поэтому имеет широкое распространение, выходящее далеко за пределы научно-философского сообщества - Фридрих Вильгельм Ницше. Годы его жизни протекали с 15 октября 1844 года по 25 августа 1900 года. Ф. В. Ницше написал множество работ, в которых раскрывал вопросы политики, права и государства, наиболее известными из них являются «Греческое государство», «Воля к власти», «Так говорил Заратустра», «По ту сторону добра и зла», «Происхождение морали» и множество других. Данные работы изложены в своеобразной афористической манере, поэтому они не поддаются однозначной интерпретации и вызывают много разногласий.

В политико-правовом учении Ницше право, государство, политика являются служебными орудиями, средствами культуры, а культура в свою очередь является проявлением, обнаружением и образованием космической по своим масштабам борьбы силы и воли. Понятие сила нуждается в том, чтобы в его понимании входило и понятие воли, которую Ф. Ницше назвал волей к власти, и объяснил ее ненасытным стремлением к проявлению власти или ее применению, пользованию властью как творческим инстинктом. Воля к накоплению силы и увеличению власти трактуется им как специфическое свойство всех явлений, в том числе социальных и политико-правовых. Причем воля к власти – это повсеместно самая примитивная форма аффекта, а именно – «аффект команды». В свете этого все учение Ницше предстает как морфология воли к власти.

Рассказывая о нововведениях, которые он ввел, Ницше отмечал: «На место «моральных ценностей» – исключительно натуралистические ценности. Натурализация морали. Вместо «социологии» – учение о формах и образцах господства. Вместо «общества» – культурный комплекс – как предмет моего главного интереса (как бы некоторое целое, соотносительное в своих частях). Вместо «теории познания» – перспективное учение об аффектах (для чего необходима иерархия аффектов...). Вместо «метафизики» и религии – учение о вечном возвращении (в качестве средства воспитания и отбора)». Представления о прогрессивном характере развития он считал ошибочными.

Ф. В. Ницше рассматривал понятие ценность как наивысшее количество власти, усвоенное человеком исходя из своих возможностей. В отношении человечества его отношение было пренебрежительным, так как он исходил из того, что оно является всего лишь средством, но никак не целью, а целью являются как раз таки великие личности, на пример такие как Наполеон, Цезарь [3, с. 997]. Хотя время жизни таких личностей, как и всех других людей, ограничена относительно непродолжительным количеством времени и даже их личностные черты характера невозможно передавать по наследству другим людям и даже их потомкам, все равно согласно идеи Ницше именно такие величайшие личности являются единственным смыслом, целью и оправданием происходящего и всей борьбы, различных волей за власть.

Теория Фридриха Вильгельма Ницше преподносит два вида воли к власти, которые постоянно находятся в борьбе между собой:

1. Воли сильных (высших видов, аристократических господ);
2. Воли слабых (массы, рабов, толпы, стада).

Воля сильных является инстинктом подъема, волей к жизни, а воля слабых это инстинкт упадка, воля к смерти. Культура аристократична, а господство «толпы» наоборот ведет к вырождению культуры, к декадансу. Орудием рабов против господ является мораль и другие нравственные суждения, которые способствуют установлению верховенства слабых над высшими людьми, то есть сильными. В связи с этим Ницше говорит о том,

что несколько последних тысячелетий жизни человечества это процесс постепенного уничтожения здоровых жизненных начал, ведущее в итоге к победе огромной массы слабых и угнетенных над немногими из аристократии сильных.

Разными способами и вариантами, но очень четко Ф. Ницше придерживался главную идею своей аристократической концепции, суть которой в том, что высокая культура и развитие высших видов людей нуждаются в рабстве, в подневольном труде большинства для освобождения немногочисленного привилегированного класса от физического труда и нужд борьбы за существование [3]. Но то, что уже раз было в прошлом, возможно и в будущем – такова идея вечного возвращения. И в поисках образца для создания новой аристократии Ницше обращается к истории господства древней аристократии (в Индии, Греции), превращая свою трактовку прошлого в социально-политическую программу планируемого им вечного возвращения.

Ницше отрицал все многочисленные идеи возникновения государства исходя из твердой и непоколебимой уверенности того, что государство является средством возникновения и продолжения насильственного социального процесса, в ходе которого происходит рождение привилегированного культурного человека, господствующего над остальной массой. «Как бы ни было сильно в отдельном человеке стремление к общению,— писал он,— только железные тиски государства могут сплотить друг с другом большие массы настолько, чтобы могло начаться то химическое разложение общества и образование его новой пирамидальной надстройки».

Теория Ницше говорит о принципиальном предпочтении культуры и гениев перед государством и политикой, но лишь там, где необходимо обязательно сделать выбор между тем или иным, потому что в общем Ницше положительно относится к государству и политике, но опять таки исходя из того, что государственная власть надлежаще исполняет свои функции в качестве орудия и средства на службе у аристократической культуры и гения. Если же государство не способствует появлению гениев, а наоборот препятствует этому путем поглощенности политикой, то оно ослабляет человечество, именно поэтому гении должны препятствовать учреждению совершенного государства, которое могло бы обеспечить всеобщее благополучие путем потери насильственного характера жизни и продуцирования вялых личностей. «Государство,— писал Ницше,— есть мудрая организация для взаимной защиты личностей; если чрезмерно усовершенствовать его, то под конец личность будет им ослаблена и даже уничтожена,— то есть будет в корне разрушена первоначальная цель государства» [4, с. 15]. Антагонизм между культурой и государством имеет принципиальное значение, этим и объясняются нередкие критические выпады Ницше против государства и политики, против их ущербных для высокой культуры чрезмерностей и пагубных крайностей. Ф. В. Ницше

идеальным считает аристократический кастовый строй времен законов Ману, и поэтому пытается обосновать кастовые идеалы биологическим путем. В каждом «здоровом» обществе имеются три различных, но при этом взаимоотношающихся физиологических типа со своей собственной «гигиеной» и сферой приложения:

1) гениальные люди – немногие;

2) исполнители идей гениев, их правая рука и лучшие ученики – стражи права, порядка и безопасности (царь, воины, судьи и другие блюстители закона);

3) прочая масса посредственных людей.

Устойчивость высокой культуры и содействующего ей типа государства, по утверждению Ницше, ценнее свободы.

Ницше выделяет два основных типа государственности – аристократический и демократический. Аристократические государства преподносятся им как теплицы для высокой культуры и сильных людей, а демократия, по его мнению, является упадочной формой государства. В качестве примеров аристократического государства он приводит Римскую империю, а также высоко оценивает императорскую Россию.

Ницше говорил о неизбежности падения государства и даже его полного исчезновения, но хотел, чтобы оно устояло еще на многие годы, именно поэтому он являлся яростным противником идей народного суверенитета, потому что их реализация ведет к потрясению основ и падению государства, устранению противоположности между «частным» и «публичным».

Фридрих Вильгельм Ницше придерживается аристократической концепции права. Он говорит, что право это нечто вторичное, производное от воли к власти, другими словами является ее рефлексом. Исходя из этой убежденности, он критикует все варианты естественно правовой доктрины, которые считались исторически прогрессивными. Так же Ницше отвергает идею свободы и равенства в человеческих отношениях, потому что считает, что преимущество как раз таки в неравенстве и привилегиях. Свою позицию он аргументирует тем, что само право это уже есть преимущество, поэтому существование права и обуславливает неравенство людей. Ф. Ницше пытается создать представление о подлинном естественном праве, опираясь на свои идеи права войны и победителя, так как считает, что действующее право это право появилось вследствие войны различных волей к власти, которое представляет собой некий договор. Поскольку договор это соглашение нескольких сторон, то право по такому договору является признанным всеми. Созданию такого договора способствуют разум, страх и осторожность. В соответствии с договорным правом наш долг – это права других на нас, а наши права – та доля нашей силы, которую другие не только признали, но и охраняют. Идеалом он считает правовые институты греков, и восхищается «арийской гуманностью» законоположений Ману, авторитетом закона кастового строя, а любое отклонение от аристократических

стандартов он называет декадансом и нигилизмом [5]. Современные либеральные и демократические идеи и законы с его стороны подвергались резкой критике, говоря, что это «стадное законодательство», рассчитанное на средний сорт людей.

Говоря о своих представлениях, о будущем, Ницше полагал, что, с одной стороны, демократическое движение в Европе приведет к порождению человеческого типа, приготовленного к новому рабству, и тогда появится «сильный человек» – без предрассудков, опасного и привлекательного свойства, «тиран», невольно подготавливаемый европейской демократией. Но рассматривая это с другой стороны, он говорил, что, Европа, раздираемая в его время ненормальной враждой своих народов, в будущем станет единой. При этом европейская проблема в целом виделась ему как «воспитание новой, управляющей Европою, касты». Такая интерпретация тенденций развития объясняет и то решающее значение, которое Ницше постоянно придавал проблеме аристократического воспитания, пропаганде своих воззрений, и тот своеобразный наднациональный аристократический солидаризм, который он отстаивал. С этих позиций сверхнационального элитизма он критиковал национализм и национальную ограниченность, высокое самомнение европейцев в отношении к азиатам, национальное высокомерие немцев, тевтономанию, антифранцузские, антиславянские, антисемитские настроения и воззрения. Но, в конечном счете, он делал ставку на будущего европейца и видел в немцах именно тот народ, который, подобно евреям и римлянам в прошлом, оплодотворит грядущий «новый порядок жизни».

В рассуждениях Ницше довольно таки часто упоминается слово «раса», но вот что он понимает под ним не совсем то, что правильно, то есть национально-этническую характеристику, для него раса это в первую очередь имеет социально-политическое значение. Под сильной расой он понимает особую породу властвующих, аристократических господа, а слабая раса для него это жизненно слабые, угнетенные и подневольные люди.

Говоря о борьбе различных волей к власти Ницше развивал и свои взгляды на войну, в которых все больше придерживался позиции восхваления войны, исходя из надежды, что именно война поспособствует развитию новой высокой культуры. «Собратья по войне! Любите мир как средство к новым войнам. И притом короткий мир – больше, чем долгий... Вы говорите, что благая цель освящает даже войну? Я же говорю, что благо войны освящает всякую цель. Война и мужество совершили больше великих дел, чем любовь к ближнему» [6, с. 215].

Подводя итог всему вышеизложенному, можно сделать вывод о том что, Фридрих Вильгельм Ницше был убежденным антисоциалистом. По его мнению, европейская культура уже с давних времен находится в упадническом состоянии и ее катастрофа близка, обо всех революциях и попытках восстания угнетенного народа он отзывался негативно, говоря, что это угроза культуре.

Несмотря на то, что все социалистические идеи им критикуются крайне остро, но все же в качестве некоего эксперимента, по его мнению, социализм приветствуется, для того чтобы доказать, что собственнические инстинкты возьмут вверх над социалистическими идеями, поскольку в таких идеях предусмотрено отрицание права и правосудия, различные преимущества, так как при всеобщем равенстве для всех людей и не нужны никакие права. Так же целью социализма является устранение всех других государств, то есть в перспективе установление тоталитаризма, который влечет за собой уничтожение личности, путем верноподданнической покорности граждан государству, исходя из всех этих идей Ницше и подвергает социализм жесткой критике.

В период жизни Ф. В. Ницше не получил должного признания и его работы не пользовались известностью, но он объективно рассматривал устой современного ему мира, его политико-правовые идеи и понимал, что его самобытное философское учение, которое носит подчеркнуто не академический характер, совсем еще ново для его восприятия, но при этом с перспективой на будущее он говорил: «Только послезавтрашний день принадлежит мне. Некоторые рождаются посмертно». И данное высказывание действительно нашло свое отражение уже после смерти Ницше. Идеологи фашизма и национал-социализма объявили Ницше своим предтечей, но опуская некоторые аспекты его учения, которые явно расходились с фашистской и национал-социалистической идеологией. Уже после Второй мировой войны начинается новый этап интерпретаций творчества Фридриха Вильгельма Ницше, определение его подлинного места в истории философской и политико-правовой мысли. В настоящий момент исходя из данных Библиотеки Конгресса США Ницше входит в десятку наиболее изученных личностей в истории.

Использованные источники:

1. Галеви Д. Жизнь Фридриха Ницше / Под ред. В.Н. Сперанского. - М.: Спридитис. - 1991.- 185с.
2. Нерсесянц В. С. История политических и правовых учений. [Текст]: учебник / В. С. Нерсесянц. - М.: ИНФРА • М, - 1998. - 780с.
3. Ницше Ф. В. Воля к власти [Электронный ресурс] : Режим доступа: <http://knijky.ru/books/volya-k-vlasti> (дата обращения 25.11.2015г.)
4. Ницше Ф. В. Греческое государство [Текст] - М.: Попурри. - 2000. - 15с.
5. Ницше Ф. В. Философия в трагическую эпоху Греции [Электронный ресурс] : <http://www.nietzsche.ru/works/other/philosof/> (дата обращения 25.11.2015г.)
6. Ницше Ф. В. Так говорил Заратустра. Книга для всех и ни для кого [Текст] - М: Интербук, - 2009. - 512с.
7. Цендровский О. Ю. Система философии Ницше // Философия и культура. - 2015. - № 7. - 1007с.

Липунова Л.В., к.ист.н.

ПРОЕКТ «ВЕЧНОГО МИРА» И. КАНТ

В конце XVI – первой половине XVII в. в связи с «высоким градусом набожности» были широко распространены конфессиональные конфликты, отличавшиеся особой жестокостью. Основной причиной так называемых «религиозных войн» являлась борьба за веру, а политические и экономические противоречия уходили на задний план [5].

Торжеством «религиозной войны» стала Тридцатилетняя война в Германии (1618-1648). Ее последствиями стали: сокращение населения страны на 2/5; упадок сельского хозяйства, ремесла и торговли; разрушение организации образования; она послужила источником различных экологических бедствий[1].

Философами того времени стала развиваться идея о том, что войны могут стать инструментом правового решения межгосударственных конфликтов. Но это было возможно при условии, что войны будут менее жестокими, более цивилизованными. Этот образ мысли можно одолеть только с позиций строгой морали, поставившей себе на службу мысленный эксперимент. Именно в данном течении были направлены рассуждения И. Канта. Он считал, что войны могут работать и на благо цивилизации. Например, они могут оказывать содействие при чрезмерном заселении Земли. Однако как только условием успеха в войне стала сложная военная техника, подготовка к войне оказывает положительное воздействие на общее развитие производства, а так же косвенно: на культуру, науку, предпринимательскую свободу.

Кант не сразу осознал увеличивающуюся жестокость, разрушительность и рискованность войны. Еще в работах 80-х годов XVIII века он толковал войны как одной из «хитростей разума», которые направляют разногласия между отдельными личностями и группами на пользу человечества[2].

Однако, исследование Ф. Герхарда утверждает, что к середине 90-х годов философ достаточно убедился в следующем убеждении: «Война исторически изжила себя. Преимущества, которые раньше с нею связывались, теперь возможно обеспечить только в условиях мира» [1].

Эта точка зрения надежно присутствует в трактате «К вечному миру», который появился в 1795 г. и с того времени не перестает быть предметом дискуссий в разных областях.

Кант предполагал, что в очевидностях морально-практического разума находится устремление к миру. Однако таковым это стремление становится только при осознании предельной опасности войны, над прояснением которой уже поработала философская и общественная мысль. Сегодня мы можем это увидеть в работах Канта однозначно. Трудно не согласиться со следующей констатацией О. Хёффе: «Удивительно, но Кант, не знавший

ничего подобного современному оружию массового уничтожения, думал как раз о предельном риске глобальной войны. Он говорил об «истребительной войне», «которая позволила бы установиться вечному миру лишь на великом кладбище» человечества. В отличие от большинства пацифистов своего времени Кант отпирался от самой худшей из возможных перспектив. Он мыслил войну такой, какой ее на деле увидит лишь термоядерный век» [6].

Сама работа представляет из себя проект международного договора «О вечном мире между государствами». Работа состоит из преамбулы, за которой следует первый раздел с шестью «предварительными статьями», затем второй раздел с тремя «окончательными статьями», два «добавления», в том числе «тайная статья», и «приложение».

Под «Вечным миром» Кант понимал положение отношений между суверенными государствами, которые урегулированы правом таким образом, что военные столкновения становятся невозможны из-за ликвидации оснований к таковым. Противоположным состоянием мира выделяется «естественное состояние» под которым Кант понимает «состояние войны, т. е. если и не непрерывные враждебные действия, то постоянная их угроза». Исходя из понимания Канта состояния мира не было, за исключением временных перемирий, чему свидетельствует история. Данная работа Канта представляет собой выход из сложившейся ситуации, которая поможет достичь вечного мира, однако Кант понимает, что это лишь идеал к которому необходимо стремиться.

В работе «К вечному миру» первый раздел которой состоит из шести «предварительных статей», содержит условия при соблюдении которых возможно достичь мира, но не достаточных для его установления. Сами статьи направлены на запрет к определенным действиям типичным для европейской политики XVIII века, которые выражаются в следующем: заключение мирных договоров с целью восстановления сил для продолжения войны; передача государств как товара по наследству; шпионаж, диверсии и нарушение условий капитуляции; внешние займы на военные цели. Так же под запретом оказывается вмешательство в дела других государств и необходимость в постепенной ликвидации регулярной армии. Однако предусматривается отсрочка исполнения по трем из шести статей.

Во втором разделе содержатся три «окончательные статьи», которые содержат основополагающие принципы миротворческого права и формы миролюбивого государства. Первая статья закрепляет, что для достижения мира необходимо республиканское устройство и предостерегает от прямой демократии. Во второй статье говорится о том, что необходимо создать международное право на федерализме свободных государств, вместо того чтобы создавать единое всемирное государство, т.к. правительства не будут делиться суверенитетом. Третья статья объясняет содержание «право всемирного гражданства» как «право посещения» и запрет насильственной колонизации.

Далее идут добавления. Первое добавление «О гарантии вечного мира» устанавливает, что мир между народами содействует функционированию «антагонизма» и «необщительной общительности»: правовые рамки предотвращают губительную и сохраняют благотворную конкуренцию и столкновение интересов. По мнению Канта состояние вечного мира нам может гарантировать природа. Так же в первом и во втором добавлении Кант выявляет соотношение политики с моралью, а конкретно их «расхождение» и подлинное «согласие»: «мораль разрубает узел, который политика не могла развязать». «Согласие» разъясняется через «трансцендентальное понятие публичного права», т.е. через описание роли публичности в политике: несовместимые с публичностью максимы лежат в основе несправедливых поступков, а «максимы, которые нуждаются в публичности (чтобы достигнуть своей цели), согласуются и с правом, и с политикой». Таким образом Кант объясняет неправомерный характер государственного переворота.

В «тайной статье» содержится послание политикам которые должны «принять во внимание максимы философов» и в то же время дать им свободу слова, а так же запрещает совместно заниматься политикой и философствованием.

Кант выделял три составляющие, без которых невозможно было бы достичь вечного мира, этими составляющими являются:

- 1) государственное гражданство людей в составе народа;
- 2) международное право государств в их отношении друг с другом;
- 3) право всемирного гражданства [3].

По мнению Канта, гражданско-правовое состояние является главным условием в достижении мира. Оно в отличие от естественного состояния, что подразумевает под собой постоянное состояние угрозы войны и ее проведение, в том, что ни одна из сторон не давала гарантий мирного сосуществования и может обойтись с другой как с врагом, в силу этого такой договор должен быть установлен. У Канта субъектами права могут выступать не только государства, но и отдельные народы и индивиды которые вступают в этот договор с целью достижения мира, сотрудничества, взаимопомощи и др. причин.

Для избежания естественного состояния или состояния войны как между государствами так и внутри государства, Кант предполагает, что правовое состояние в отношениях между государствами возможно не при мировом государстве или республике, а в случае союза государств или их федерации. Заключение договора обеспечит каждое государство возможностью поддерживать и сохранять свою свободу, а так же действовать как субъект наравне с остальными государствами. Кант не рассматривает достижение единого государства, т.к. каждый народ, государство не хочет терять свой суверенитет, а ставит своей целью сохранение своей субъектности. Хотя вечный мир между народами можно считать чем-то абстрактным, Кант считает по другому, он может стать

реальностью за счет того, что в государстве где права человека не защищены, где правит сильный, а любые противоречия и споры ведут к взаимному истреблению индивиды сочтут разумным заключение союза в котором равны все участники такого договора. В этот союз постепенно будут вступать другие страны стремящиеся строить отношения на мировой арене миротворческим путем, что бы воплотить идеальный мир в реальность.

Самой удачной формой государства для достижения Вечного мира, как считает Кант, является республиканская, т.к. важные вопросы, такие как войны и мира, решаются гражданами, на которых в случае объявления войны ложится вся ответственность, в том числе и материальная, которая включает в себя расходы на военные действия, восстановление разрушений после войны и др. Кант выбрал для достижения вечного мира республиканскую форму государства не просто так, он считал, что она отвечает всем принципам чистого права т.е. свободе каждого гражданина, равенству и признанию всеми гражданами единого общего законодательства.

Идея Канта о вечном мире между государствами и людьми основывается на справедливости и равенстве и возможно только в случае, если исходить из принципа свободы каждой личности и государства. Только в случае уважения и признания прав и свобод человека возможно правовое отношение. Если эти условия не будут соблюдаться, то мир окажется в естественном состоянии, где присутствует бесправие и состояние войны.

Так как у каждого государства имеются свои цели, идеалы, потребности и многих других интересов, создание единого мирового государства быть не может. Мир между государствами, нациями может осуществляться только на законных основаниях, которые смогут обеспечиваться только добровольным вступлением в союз государств, которые носят характер конгресса, в который могут вступать любые государства стремящиеся к достижению мира и цивилизованному разрешению конфликтов.

Работа Канта основывается на фундаментальном праве свободы. Свободу он связывает ни как сферу необходимости или природы в которой живет человек, а как сферу высших возможностей разума и связанных с ним законов. Эта сфера свободы предстает в том, что человек может осуществлять себя как субъект, определять свое существование, включая способность нести ответственность. Кант считает что природа не бесполезна, а имеет высший план результатом которого является достижение человечеством «всеобщего правового гражданского общества», которая переходит к обеспечению «свободы ради совместимости ее со свободой других, - только в таком обществе может быть достигнута высшая цель природы: развитие всех ее задатков, заложенных в человечестве» [4].

Таким образом можно признать что свобода является всеобщим принципом, из чего и объясняется многообразие культур, которые

различаются друг от друга, что в некоторых случаях может привести к разногласию между ними и столкновению цивилизаций. Однако Кант предполагает, что при условии признания свободы каждого человека, а так же народа и государства, возможно состояние равноправия как внутри государства, так и между народами и государствами. Кант рассматривает свободу как всеобщий закон, на основе которого складываются отношения людей, наций и государств которые могут не совпадать, а иногда вовсе быть противоположными.

Кант не считает, что идея вечного мира может быть осуществима в чистом виде, отдельные личности, мировые сообщества могут своими усилиями постепенно приближаться к ней в той или иной степени. Однако этот вопрос носит практический характер, т.к. публичное право основывается на принуждении, а это уже в свою очередь предполагает несоответствие между теорией и практикой. К тому же необходимо учитывать, что правовое состояние предполагает согласование всеобщего взаимного принуждения со свободой каждого, которые не противоречат всеобщему принципу свободы, вырабатывающему основу понятия права. По Канту свобода является основным первоначальным правом человека, которое он относит к первоначальным правам человека.

Что бы достичь мира недостаточно только желания человека каждого в отдельности жить в таком государстве, основанном на принципе свободы, для этого необходима объединенная воля коллектива, которая выражает желание такого мира, т.е. необходимо возникновение гражданского общества как целого. Совокупность людей, строящих между собой отношения на правовых законах и конституции и выражающих волю народа, образуют государство.

Использованные источники:

1. Германия в годы Тридцатилетней войны // URL: http://www.k2x2.info/uchebniki/novaja_istorija_stran_evropy_i_ameriki_xvi_xix_vv_chast_3_uchebnik_dlja_vuzov/p5.php
2. Гуревич П.С. Мир философии. Ч. 2. // URL: http://multidollar.ru/philosophy/mir_filosofii_kniga_dlja_chtenija_v_2-kh_ch_ch_1_iskhodnye_filosofskie_problemy_ponjatija_i_principy_m_politizdat_1991_672_s.html
3. Кант И. К вечному миру // URL: http://history.pstu.ru/wp-content/uploads/2013/04/files_File_Kant_K_vechnomu_miru.pdf
4. Кант И. Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане // URL: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000510/.htm>
5. Религиозные войны// URL : http://my-edu.ru/edu_isto/v4_50.html
6. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций // URL: <http://grachev62.narod.ru/hantington/content.htm>

*Лутфрахманова Д.У.
магистр*

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ

Аннотация: Рассматриваются особенности профессиональной самореализации женщин, конкурентные качества женщин в процессе становления карьеры, проблема выбора создания семьи или построения собственной успешной карьеры.

Ключевые слова: Карьера, семья, профессиональная деятельность, профессиональная самореализация, женщина, работа, семья, благополучие.

Профессиональная деятельность – это одна из сфер самореализации личности, когда человек имеет возможность раскрыть и проявить свои способности, личностные и профессиональные качества, добиться признания своей неповторимости, значимости для других людей и для общества в целом [1, 118].

Изменившиеся социально-экономические отношения заставили многих проанализировать собственную ценность на рынке труда, задуматься о своих компетенциях и путях развития карьеры. На сегодняшний день под понятием «карьера» в русском языке, с одной стороны, понимается род занятий, профессия, с другой стороны, путь к успехам, видному положению в обществе, на служебном поприще, а также само достижение такого положения. Под понятием «семья» в психологии принято понимать такие отношения между двумя, когда мнения и оценки другого максимально значимы, когда двое друг для друга максимально референтны. Естественно, что так бывает далеко не всегда. В таком случае всегда есть смысл говорить о некоем суррогате семьи. Семья состоялась как группа членства, предписанного сообществом, но еще не сложилась психологическая ткань семьи [2, 157].

Смыслом участия женщины и в той, и в другой сфере является самореализация, поиск возможностей для максимального раскрытия внутреннего уникального потенциала. Смыслом (целью) самореализации является личностный рост. В последнее время мы наблюдаем, что вступление в брак для многих женщин не является осмысленным. Женщина здесь более повинуется стереотипу, чем воспринимает брак как форму предстоящей самореализации. Это приводит к тому, что через некоторое время она начинает ощущать, что жизнь ее как бы остановилась, а ее материальная зависимость от мужа становится причиной ее неравенства, отсутствия общения на равных с мужем. В нынешний век все больше женщин сталкивается с проблемой выбора создания семьи или построения собственной успешной карьеры. И становление вопроса о данном выборе происходит благодаря принятым эталонам общества: либо у женщины крепкая семья и уютный очаг, либо успешная карьера и независимость. Поэтому многие представительницы прекрасного половины человечества, решившие свою судьбу связать с удачным продвижением по служебной

лестнице или открытием собственного бизнеса, начинают карьерный путь еще до замужества. И тогда работа полностью поглощает их, а на создание семьи попросту не остается времени. И, наоборот, женщины решившие, что женская карьера невозможна в их жизни, полностью оседают в семейном уюте, теряя цель достижения и состояние увлеченности делом [3].

Суть стереотипов сводится к тому, что, представителей мужского пола принято воспринимать властными, независимыми, агрессивными, доминирующими, активными, смелыми, незэмоциональными, грубыми, прогрессивными и мудрыми. А женщин, наоборот, принято считать зависимыми, кроткими, слабыми, боязливymi, эмоциональными, чувствительными, нежными, мечтательными и суеверными. Вместе с тем, происходит переосмысление сложившихся форм и способов жизнедеятельности всех слоев общества. Люди по разному расставляют жизненные приоритеты: одни – выбирают семью, рождение детей и их воспитание; другие – профессиональную направленность, карьерный рост; третьи – умело сочетают профессиональные, семейные и общественные.

Р. Г. Петрова указывает на то, что женщины, стремящиеся к самореализации, проявляющие свои способности и талант, часто оказываются в ситуации конфликта с существующими в общественном сознании традиционными представлениями об истинном предназначении женщины и переживают свой собственный внутренний конфликт [4, с.48]. Профессиональная деятельность российских женщин связана с одной стороны с необходимостью обеспечить прожиточный минимум существования своей семье, с другой с нежеланием иметь статус домохозяйки. Но, несмотря на такую тенденцию, большая часть женщин стремится освободиться от профессиональной нагрузки и полноценно выполнять функции жены, матери, хозяйки дома. Как правило, связано это с тем, что совмещение работы и семьи приводит как к межролевому конфликту самой женщины (конфликт роли работницы и роли супруги, матери), так и межличностному конфликту внутри семьи.

Замечено, что большего успеха обычно достигают женщины, начавшие или продолжающие строить карьеру после декретного отпуска. Карьера женщины, которая имеет семью, детей, отличается стабильным ростом вверх. Обычно мамы-карьеристки имеют довольно спокойный подход к бизнесу и не стараются гнаться за несбыточными мечтами или тешить даром свои и чужие амбиции. Таких женщин отличает особая внутренняя гармония и мудрость. И как факт: семейным женщинам строить карьеру гораздо проще. Если женщина имеет семью и одновременно успешна в работе, то ее жизнь является полной чашей женского счастья. Женщине необходимо познать материнство, ведь это дано самой природой. И в то же время не стоит прощаться с возможностью построить хорошую карьеру, ведь это приносит ощущение собственной значимости, положительные эмоции, признание и финансовую стабильность. Что касается мнения мужчин по этому вопросу, то они принципиально отличаются. Редкий мужчина

мучительно подходит к этому выбору в своей жизни, говорят специалисты, так как в большинстве социумов именно на мужчине лежит основная обязанность по материальному обеспечению семьи.

В заключение отметим, современные реалии складываются таким образом, что женщина в обществе нередко стоит перед выбором: семья или карьера. Часто женщины работают потому, что им нужны деньги. Однако, как показывают социологические исследования, многие женщины, работающие из-за экономической необходимости, не бросили бы ее, даже если вдруг перестали бы нуждаться в деньгах. Как пишет Дойл, «деньги имеют не только материальную ценность, они дают их владельцу вес в обществе и чувство собственного достоинства».

Женщины открыли истину, которую мужчины знают уже давно: наше общество оценивает человека и его дела по тому, сколько он зарабатывает» (Doyle, 1983). Другими словами, многие женщины хотят работать (или можно сказать, что им это нужно). К тому же статистические данные свидетельствуют о том, что в нашей стране женщин с высшим и средним специальным образованием гораздо больше, чем мужчин, а это значит, что, жены в среднем образованнее своих мужей. И, конечно, женщина получает высшее образование вовсе не для того, чтобы в последствие стать дипломированной домохозяйкой, она должна работать, дабы реализовать свои способности и возможности [5, 34-35].

Современная женщина, при желании, может найти возможность совмещать заботу о семье и успешную карьеру. И если рядом с ней действительно достойный мужчина, он обязательно поймет и поддержит.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Проблема моббинга и профессиональная карьера // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Материалы Международной научно-практической конференции, ТОМ 1, в 2-х томах. Курск, 2011. С.118 – 119.
2. Харчев А. Г. Социология семьи: проблемы становления науки: Перепеч. с изд.1979г. /А.Г.Харчев. – М.: ЦСП, 2003. – 342с.
3. © http://arbir.ru/articles/a_3392.htm
4. Шабалина О. В. Особенности и проблемы гендерных стереотипов // Социум и власть. – 2008. – № 3. – С.46 – 53.
5. Игебаева Ф.А. Профессиональная карьера женщин на фоне «гендерного неравенства» // Современные проблемы мировой науки – 2014. В сборнике: Strategiczne pytania światowej nauki - 2014 Materiały X międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. 2014. С. 34-40.

Ляпунов И.В.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ

Аннотация. В статье рассматриваются методы оценки кредитоспособности и их сущность.

Ключевые слова: кредитоспособность, заемщик, методика, показатель, оценка, банк, риск.

Abstract. The article considers methods of assessment of creditworthiness and their essence.

Key words: creditworthiness, the borrower, methodology, indicator, assessment, Bank, risk.

В современной международной практике отсутствуют твердые правила методов оценки кредитоспособности заемщика. Однако все многообразие методов оценки кредитоспособности заемщика можно систематизировать по нескольким признакам. Итак, сгруппируем эти методы:

1. Методы на основе системы финансовых коэффициентов

При помощи системы финансовых коэффициентов оценка кредитоспособности заемщика основывается на расчете и оценке финансовых показателей деятельности юридического лица.

Любой банк имеет собственную методику оценки финансового состояния заемщика, вследствие этого набор показателей может быть разным.

Расчет таких коэффициентов в динамике может дать комплексное отражение состояния дел заемщика, но поскольку при оценке кредитоспособности предполагается обращение соответствующих показателей в будущее, то в связи с этим метод целесообразно дополнять прогнозными оценками специалистов. Данный метод ориентирует банк рассматривать не процесс осуществления деятельности, а лишь финансовый результат. Таким образом, ориентируясь на то, чтобы увидеть результат финансово-хозяйственной деятельности заемщика, банк тем самым стимулирует его на рост таких показателей как валовой коммерческий доход или чистая прибыль.

2. Метод на основе анализа денежных потоков

С помощью анализа денежных потоков, оценка кредитоспособности базируется на определении чистого сальдо всевозможных его поступлений и затрат за конкретный период (сопоставление притока и оттока средств). Приток средств состоит из: прибыли; амортизации; создания резервов; высвобождения средств из запасов, дебиторской задолженности, основных фондов; роста кредиторской задолженности; получения ссуд и т. д. Отток средств состоит из: вложения средств в запасы, дебиторской задолженности, основных фондов, прочих активов; погашения ссуд и т. д.

3. Метод оценки кредитоспособности основанный на анализе делового риска

Анализ делового риска позволяет прогнозировать достаточность источников погашения ссуды, тем самым он дополняет способы оценки

кредитоспособности клиентов банка.

Факторы делового риска связаны с отдельными стадиями кругооборота фондов. Набор этих факторов может быть представлен следующим образом: надежность поставщиков; диверсифицированность поставщиков; сезонность поставок, длительность хранения сырья и материалов; наличие складских помещений; порядок приобретения сырья и материалов (у производителя или через посредника); факторы экологии; мода на сырье и материалы; уровень цен на приобретаемые ценности и их транспортировку; соответствие транспортировки характеру груза; риск ввода ограничений на вывоз и ввоз импортного сырья и материалов.

Деловой риск связан также с недостатками законодательной основы для совершения кредитуемой сделки, а также со спецификой отрасли заемщика. Необходимо учитывать влияние на развитие данной отрасли альтернативных отраслей, систематического риска по сравнению с экономикой в целом, подверженность отрасли цикличности спроса, постоянство результатов в деятельности отрасли и т.д.

4. Статистические модели оценки кредитоспособности

Данные модели предполагают присвоение кредитного рейтинга исключительно на основе количественного и статистического анализа. Лишь небольшое количество банков полагаются на статистические модели. Такие модели основаны на расчете кредитного рейтинга по определенной формуле, включающей как количественные факторы – финансовые коэффициенты, так и некоторые качественные факторы, но стандартизированные и приведенные к количественному значению аспекты деятельности заемщика.

Так, процесс функционирования статистической модели проходит три этапа:

- определяются переменные (финансовые коэффициенты), оказывающие влияние на значение кредитного рейтинга;
- на основе статистических данных прошлых периодов определяется влияние каждого фактора на уровень кредитоспособности, что находит отражение в весе коэффициента;
- текущие переменные взвешиваются по степени влияния, и определяется значение рейтинга, выраженное в баллах. Различные баллы соответствуют различным классам кредитоспособности (экономические расчеты в данном случае проводится с применением программных средств и минимальным действием человеческого фактора).

5. Модели оценки кредитоспособности, основанные на ограниченной экспертной оценке

Модели ограниченной экспертной оценки основаны на применении статистических методов с последующей корректировкой на основании неких качественных параметров.

6. Модели, основанные на экспертной оценке

Модели непосредственно экспертной оценки используются 50% банков при определении кредитоспособности крупных и средних заемщиков.

При такой оценке определить влияние того или иного фактора на величину кредитного рейтинга практически невозможно. Экономисты рассчитывают финансовые коэффициенты, но значения обозначаются индивидуально по каждому заемщику. Тем не менее, в некоторых случаях на начальном этапе оценки используются именно статистические модели, задавая направления дальнейшего анализа.

Итак, проанализировав теоретические аспекты можно сделать вывод, что кредитоспособность – это комплексная проверка и финансовая характеристика.

Выше приведенные группы коэффициентов позволяют оценить кредитоспособность клиентов не только на основе соответствия коэффициентов их нормативу, но и выявляет складывающиеся тенденции в их изменении за период.

Одним из важнейших составляющих методики анализа кредитоспособности заемщика является его информационная база. Особенность формирования и использования которой заключается в том, что без нее невозможно реально и эффективно оценить степень риска будущих финансовых вложений кредитных ресурсов в тот или иной хозяйствующий субъект.

Использованные источники:

1. Бородуля Е.Б. Оценка результативности деятельности современного предприятия / Е.Б. Бородуля, А.В. Жирнов // Международный технико-экономический журнал. - 2015. - № 5. - С. 20-24.
2. Варнаков В.В. Надежность технических систем / В.В. Варнаков, О. Н. Дидманидзе. -Ульяновск: УГСХА, 2004. -139 с.
3. Дидманидзе О.Н., Есеновский-Лашков Ю.К., Пильщиков В.Л. Специализированный подвижной состав автомобилей агропромышленного-комплекса. Учебник. М: УМЦ, «ТРИАДА», 2005. - 200.с.
4. Ефимова Ю.В. Методические подходы к оценке кредитоспособности заемщиков // Банковское кредитование. – 2012. – № 3. – С. 37-38
5. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
6. Жирнов А.В. Многовариантные прогнозные расчеты ожидаемой прибыли предприятия /А.В.Жирнов //Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. - № 28-2. – С.121-126
7. Жирнов А.В. О необходимости принятия многовариантных предпринимательских решений и возможности их обоснования / А.В. Жирнов // Экономика и предпринимательство. – 2015. - № 9 ч.2 (62-2) 23
8. Жирнов, А.В. Региональные аспекты инвестиционной политики в России / А.В. Жирнов, Г.В. Кувяткин, А.И. Майоров // Материалы 15-й

Всероссийской научной конференции молодых ученых и студентов «Реформы в России и проблемы управления – 2000» Москва, 2000. – С. 188-189

9. Жирнов, А.В. Риск-предикторный анализ финансовой составляющей предпринимательской деятельности /А.В. Жирнов // Экономика и предпринимательство. – 2016. - № 1-1 (66-1). – С. 926-931.

10.Иванова Н. Оценка кредитоспособности заемщика // Бухгалтерия и банки. – 2011. – № 8 – С. 35-37

11.Лапшина, Г.В. О направлениях государственной поддержки малых форм хозяйствования на селе / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина». -2012. - №1 (52). – С. 111-112.

12.Опарина Н. И. Использование скоринговых моделей для оценки кредитоспособности заемщика // Банковское кредитование. – 2009. – № 5. – С. 32-33

13.Рыкова И.Н. Методика оценки кредитоспособности заемщиков // Банковское кредитование. – 2010. – № 6. – С. 37-39

*Макарова А.О.
менеджер*

ООО «ВЭД-ДВ»

Россия, г. Владивосток

РОЛЬ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ РОССИИ И КИТАЯ

Аннотация

В статье обсуждается роль Дальнего Востока России в развитии российско-китайского экономического сотрудничества. С открытием в субъектах Дальнего Востока России особых экономических зон появляются новые импульсы расширения всестороннего сотрудничества между предпринимательскими структурами России и Китая.

Ключевые слова: Россия в АТР, Дальний Восток России, российско-китайские отношения, экономическое сотрудничество

Role of Russian Far East in economic cooperation of RUSSIA and China

Abstract

The article discusses a role of the Russian Far East in development of the Russian-Chinese economic cooperation. With opening in the regions of Russian Far East of special economic zones new impulses of expansion of full cooperation between enterprises structures of Russia and China appear.

Key words: Russia in APR, Far-East of Russia, Russian-Chinese relations, economic cooperation

Стратегия Российской Федерации в АТР как евразийской державы

определяется совокупностью национальных интересов в сферах безопасности, социально-экономического развития регионов Дальнего Востока, политических, внешнеэкономических и межцивилизационных отношений со странами АТР, в первую очередь с Китаем.

Роль всестороннего сотрудничества между Россией и Китаем в настоящее время приобретает особое звучание. Официально современный период российско-китайских отношений называется «Новый этап отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия» [1]. Так называемый «поворот на Восток» – долгосрочная стратегия России, вызванная фундаментальными причинами российско-китайского сближения. Китай также заинтересован в том, чтобы российский поворот на Восток способствовал диверсификации наших торговых и инвестиционных отношений, чтобы они стали более сбалансированными и рациональными. Главная особенность современного этапа – повышение открытости в экономической сфере, осуществление и подготовка важных проектов. Среди них соглашение по поставкам природного газа, рассчитанное на 30 лет, сотрудничество по космическим технологиям, строительство высокоскоростных железных дорог, совместная разработка и производство широкофюзеляжных самолетов для дальних магистралей и тяжелых вертолетов и другие. Появление таких масштабных проектов является отражением развития российско-китайского стратегического партнерства [2].

Наряду с рыночными инструментами Россия и Китай используют политические и институциональные механизмы стратегического партнерства (три межправительственные комиссии на уровне вице-премьеров, 19 отраслевых подкомиссий) для решения возникающих проблем (конфликты коммерческих интересов, конкуренция транспортных и иных проектов) [3].

Все официальные инициативы (и со стороны Китая, и со стороны России) расширяют рамки возможностей для двустороннего торгового и инвестиционного сотрудничества. Важно, чтобы российские регионы и бизнес сумели использовать эти возможности современного этапа российско-китайских отношений для привлечения технологических инвестиций из Китая в приоритетные сектора экономики [4].

Наряду с совместной реализацией крупномасштабных энергетических и транспортных проектов, российские регионы особенно заинтересованы в китайских инвестициях в промышленные производства, в аграрную сферу и рыбопереработку, в инфраструктуру туризма, в строительство и жилищно-коммунальную инфраструктуру, в производство строительных материалов, причем с применением новых высоких технологий. Это далеко не полный перечень сфер, где могут развиваться взаимовыгодные проекты. Необходимо, чтобы субъектами такого инвестиционного сотрудничества с китайским бизнесом становились не только крупные компании, но и частные российские предприятия среднего и малого бизнеса [2].

Главными приоритетами экономической деятельности китайского

бизнеса на Дальнем Востоке России являются разработка сельское хозяйство, рыбная отрасль, лесное хозяйство, производство потребительских товаров, торговля, строительство.

В сельском хозяйстве сотрудничество развивается в основном по линии муниципалитетов, земля зачастую берётся в субаренду у российских физических и юридических лиц. Не существует единого учёта площадей, обрабатываемых гражданами КНР в приграничных регионах Дальнего Востока России [5].

Усиливается и фактическое присутствие китайского (прежде всего, гонконгского) капитала в рыбодобывающей отрасли Дальнего Востока, что крайне негативно сказывается на стимулировании внутреннего потребления в дальневосточных регионах и доступности рыбопродукции для населения [6].

В лесной отрасли обычно китайская сторона традиционно заинтересована в увеличении поставок лесоматериалов минимальной степени обработки. Размещения деревообрабатывающих предприятий на территории приграничных субъектов российского Дальнего Востока на основе китайских инвестиций не произошло во многом из-за непоследовательной торговой политики РФ [5].

Интересным примером является создание в Приморском крае при содействии китайского капитала двух «зон экономического роста» на основе китайского капитала («Канци» и «Юаньдун»).

«Канци» – в г. Уссурийске учреждена при содействии корпорации «Каннай» (пр. Чжэцзян) в 2006 году. На территории работают 25 компаний из г. Дуннин, выпускается продукция лёгкой промышленности (одежда, обувь), перерабатывается древесина. По китайским оценкам, общий объём производства и сбыта после запуска всех мощностей составит 4 млрд. долларов в год [7].

Зона «Юаньдун» – заложена в Михайловском районе Приморского края в 2011 году китайской госкорпорацией «Гуандун Инвестмент», основная масса компаний – из провинции Хэйлунцзян. При этом в двух данных промышленных зонах, по утверждению китайских представителей создано около 7 000 рабочих мест для жителей Приморского края [8]. Наблюдатели отмечают, что в настоящее время нет возможностей для расширения номенклатуры производства на данных объектах, во многом из-за неготовности китайской стороны вести полностью «белый» и прозрачный бизнес (например, не использовать полулегальные схемы ввоза), равно как и конкурировать по объёмам и качеству произведённых товаров с крупными импортёрами. Будущее зон достаточно туманно также из-за переориентации китайских предпринимателей на удовлетворение внутреннего спроса в КНР за счёт расширения бизнеса внутри страны и отказа от зарубежных проектов [9].

В то же время, в связи с созданием в субъектах Дальнего Востока, и прежде всего в Приморском крае, территорий опережающего социально-

экономического развития и Свободного порта Владивосток, появляются новые импульсы расширения всестороннего сотрудничества между предпринимательскими структурами России и Китая.

Использованные источники:

1. Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики о новом этапе отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия. 20 мая 2014 г. / Администрация Президента России: офиц.сайт. – Режим доступа: http://www.news.kremlin.ru/ref_notes/1642
2. Жилина Л.Н. Россия в системе интересов китайского бизнеса / Л.Н. Жилина, А.О. Строганов // Фундаментальные исследования. – 2015. - № 11 (7). – с. 1425 - 1430.
3. Российско-китайский диалог: модель 2015: доклад № 18/2015 / Российский совет по международным делам (РСМД). – М.: Спецкнига. – 2015. – 32 с.
4. Осипов В.А. Прибыль как источник инновационного развития предприятий региона // Экономика и предпринимательство № 10 (51), 2014. с. 738-741.
5. Губин А.В. Китайский вызов для Приморского края: новое измерение / А.В. Губин [Электронный ресурс] / Ойкумена. Регионоведческие исследования журнала, 2013, №1 (24).
6. Особенности гонконгской рыбалки // Радио «Голос России»: интернет-сайт. 2012. 21 августа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rus.ruvr.ru/2012_08_21/Pacific-Andes-osobennosti-gonkongskoj-ribalki/
7. Сюй Чи. Политика и стратегии КНР в отношении вывоза капитала / Сюй Чи, Л.Н. Жилина // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2012. - №1. С.14-21.
8. Администрация Михайловского муниципального района: интернетсайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mo.primorsky.ru/mikhaylovsky/print.php?id=19>
9. Уссурийская зона сотрудничества привлекла внимание прессы // CNTV-Россия: интернет-сайт. - 2013. 6 сентября. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cntv.ru/2012/09/06/ARTI1346899541096610.shtml>

Максютова Л.А.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ОРГАНИЗАЦИЯ И ВЕДЕНИЕ ДИСКУССИЙ

Аннотация: Статья посвящена организации и ведению дискуссий. Рассмотрены основные правила поведения в дискуссии для критикующей и критикуемой стороне. Также в данной статье приведены принципы, по которым должны проходить дискуссии.

Ключевые слова: деловое общение, деловая дискуссия, оппонент, критика.

Общение является атрибутивным свойством человека, основным способом его жизнедеятельности в обществе. А для делового человека искусство общения представляет собой важнейшее профессиональное качество, так как коммуникация выступает главным средством реализации задач управления, бизнеса. Поэтому овладение искусством делового общения необходимо для каждого человека независимо от того, каким видом деятельности он занимается или будет заниматься [1, с.122].

Деловая дискуссия – это обсуждение какого-либо спорного вопроса, исследование проблемы, в котором каждая сторона, оппонируя мнение собеседника, аргументирует свою позицию [2, с.83].

Для того чтобы деловая дискуссия была плодотворной председательствующий должен владеть некоторыми знаниями о технике организации и проведения деловых дискуссий. Так, деловая дискуссия, как минимум, требует от участников:

- чётко разграничить, по каким вопросам спорить можно, а от обсуждения каких вопросов лучше отказаться;
- проявлять деликатность в отношении участников дискуссии и, следовательно, отказаться от использования таких средств аргументации своей точки зрения как насмешки, прерывание оппонентов, резкие выпады в их адрес, хамство и т.п. – возражать следует так, чтобы не вызывать неприязни и раздражения собеседника;
- не допускать превращения спора относительно деловых проблем в выяснение личных отношений;
- чётко формулировать те положения, которые обосновываются или отвергаются, а также точнее определять содержание основных понятий, чтобы не спорить о совершенно разных вещах – используемая терминология должна быть понятна всем присутствующим;
- внимательно выслушивать доводы оппонента, трезво их оценивать – не следует упорствовать в отрицании доводов оппонента, если они ясны и очевидны;
- никогда не вступать в дискуссии и споры без серьёзной предварительной подготовки. Необходимо составить хотя бы самый общий план интеллектуальной борьбы, подобрать и чётко сформулировать наиболее весомые и очевидные аргументы;
- проигрывать и побеждать достойно: при поражении не выходить из себя, не сердиться и не теряться, а при победе оставаться спокойным и скромным, дав возможность проигравшим сохранить достоинство. При любом – даже проигрышном лично для вас – исходе дискуссии поблагодарите её участников за то, что деловой разговор состоялся, за высказанную критику и за принятые предложения [3, с. 229-230].

Во время дискуссии оппонента приходится критиковать. Однако использовать критику, даже конструктивную, следует очень осторожно и в ограниченных количествах. Ведь какой бы объективной, спокойной,

справедливой, товарищеской критике мы ни подвергались, никакого удовольствия она нам очевидно не доставляет. Разбор аргументов, обнаружение их уязвимых мест, хотим мы этого или нет, всё-таки представляет оппонентов в невыгодном свете. Поэтому для успешного использования критики целесообразно придерживаться ряда правил, которые выработаны многолетним практическим опытом проведения деловых дискуссий.

Правила, которые следует соблюдать критикующей стороне:

- В процессе критики следует непременно избегать проявлений раздражения, гнева, злости, пренебрежения по отношению к оппоненту. Не стоит напоминать ему о каких бы то ни было ошибках, совершённых им в прошлом. Свою неудовлетворённость от высказанного оппонентом мнения, точки зрения, предложения можно продемонстрировать только тоном голоса, но не позой, жестами, мимикой.

- Критиковать лучше всего с глаза на глаз, поскольку присутствие посторонних не только ослабляет восприятие критики, но и усиливает защитную реакцию. Совершенно недопустимо критиковать оппонента «за спиной», когда он не имеет возможности вам возразить.

- Разговор следует вести без эмоций, в спокойном тоне и так, чтобы у собеседника не возникло ощущения безысходности.

- Нельзя требовать от оппонента немедленного открытого признания собственных ошибок: вполне достаточно того, что он внимательно выслушал ваше критическое замечание.

- Любую критику эффективнее всего начинать с самокритики.

- Никогда не стоит извиняться за критику, ибо это не столько признак вежливости, сколько признак неуверенности в своей правоте.

Правила, которые следует соблюдать критикуемой стороне:

- Не считайте, что критикующий вас оппонент настроен к вам враждебно и желает вам только зла.

- Сохраняйте спокойствие, скрывая своё плохое настроение, проявляя внимание к тому, что говорит критикующий вас оппонент.

- Не отшучивайтесь, не пытайтесь менять тему разговора.

- Если критическое замечание высказано в виде шутки, намёка, следует уточнить, что именно критикующий имел в виду, а не домысливать это за него и приписывать ему то, что он в виду может быть и не имел.

- Дайте критикующему вас оппоненту понять, что критика вами воспринята, и все замечания будут внимательно изучены и по возможности учтены [4, с.269 - 270].

В практике проведения деловых дискуссий очень часто возникают непредвиденные ситуации, которые могут оказать весьма существенное (причём – отрицательное) влияние на их итоги. Непредвиденные ситуации в деловых дискуссиях могут возникать, как вследствие целенаправленных попыток оппонентов помешать принятию запланированных решений, так и в результате их неуравновешенности, чрезмерной эмоциональности. Для

преодоления сложных ситуаций рекомендуется действовать следующим образом:

Всё время нужно сохранять спокойствие.

Необходимо фиксировать высказанные мнения без немедленного их комментирования. Поспешные комментарии, как правило, способны только усугубить ситуацию.

Надо дать участникам расслабиться с помощью горячих или прохладительных напитков, разрешив курить или даже объявив перерыв. Цель перерыва – предоставить сторонам время на размышление, а также на приведение в порядок чувств и мыслей, восстановление спокойствия и преодоление излишней эмоциональности.

Участникам требуется как можно больше времени, чтобы успокоиться, так как в этом случае повышается вероятность, что дискуссия всё-таки войдёт в нужное русло.

Если возможно, нужно добиваться отсрочки решения, чтобы провести более подробное изучение спорного вопроса.

Вынося решение под давлением, следует принимать только решения, носящие временный характер.

Если принятое решение носит временный характер, то одновременно должна быть определена дата принятия окончательного решения.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Коммуникативная компетентность как важнейшее профессиональное качество современного специалиста // Современное государство: проблемы социально-экономического развития. Сб. статей II Международной научно-практической конференции. – Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2013. – С.122 – 124.
2. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
3. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений [Текст]: учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 368 с.
4. Кузнецов И. Н. Деловое общение. Деловой этикет [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / И. Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 431с.

Маханьков Е.С.

аспирант

кафедра мировой экономики

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Россия, г. Москва

КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В условиях глобализации мирохозяйственных связей, а также повсеместного стремления ведущих зарубежных ВИНК выйти на новые

рынки, российские ВИНК формируют стратегии, в соответствии с исторически сложившимися условиями развития нефтяной отрасли, имеющимися ресурсами (финансовыми, производственными, запасами нефти и др.), законодательной базой, природно-географическими и множеством других факторов.

России на планете принадлежит один из крупнейших нефтяных потенциалов, оцениваемый в 62,7 млрд. т (13% от общемирового потенциала настоящих и прогнозных ресурсов) [2]. Если на долю ТЭК приходится 20% ВВП страны, то доля нефтедобывающей отрасли составляет 10%. В структуре собственности нефтедобывающей промышленности доля государства превышает немногим более 30%. Основу отрасли (около $\frac{3}{4}$ ее продукции) составляют крупнейшие ВИНК с полным производственным циклом, начиная от геологоразведки, заканчивая сбытом нефтепродуктов.

В условиях дезорганизации хозяйственных связей формирование ВИНК в нашей стране в начале 1990-х гг. стало фактически единственным способом обеспечения устойчивости отрасли и ее дальнейшего развития. Однако, в отличие от интеграции в отрасли за рубежом, российские ВИНК были созданы почти одновременно, директивным способом. В их составе были интегрированы предприятия, которые десятилетиями функционировали в рамках разных ведомств и министерств в условиях централизованного планирования.

Что касается стратегий интернационализации российских ВИНК, то на протяжении их эволюции глобальные стратегии компаний были представлены следующими основными видами:

1. Инвестиционные стратегии (слияния, поглощения, международные стратегические альянсы, органический рост). По мере аккумуляции значительных финансовых ресурсов российские ВИНК участвовали в слияниях и поглощениях. Однако далее, в условиях поиска новых ресурсов нефти и газа и усиления конкурентной борьбы в данном аспекте с ведущими мировыми ВИНК (мэйджорами), а также с учетом накопления опыта ведения бизнеса за рубежом, российские ВИНК все шире начинают использовать стратегию под названием «органический рост», включающую два типа – brown-field и green-field проекты. Причем данная стратегия изначально применялась для экспансии в страны СНГ и в ходе нее широко использовались формы соглашений о разделе продукции (СПР) и совместных предприятий (СП). Эта стратегия и стала приоритетной для отечественных ВИНК в последние 10-15 лет. Российские ВИНК являются участниками на долевой основе ряда международных проектов, покупают активы в области геологоразведки, участвуют в тендерах по приобретению нефтегазовых активов в развивающихся странах (Ирак, Вьетнам, Венесуэла), приобретают лицензии на освоение нефтегазоносных провинций в некоторых странах Европы (Черногория, Румыния, Норвегия) и странах Ближнего Востока (например, Ирак). Если уровень конкуренции в стране высок, и существуют, например, политические барьеры, то российские

ВИНК используют стратегию формирования стратегических альянсов и слияний и поглощений. При этом, например, международные стратегические альянсы формируются в виде консорциумов (например, «Газпром» - Wintershall, «Лукойл» - ConocoPhillips, «Роснефть» - Crescent Petroleum).

2. Стратегии в области маркетинга – реализуется теми российскими ВИНК, у которых есть свои торговые и девелоперские подразделения. Маркетинговые стратегии зарубежной экспансии используются все чаще лишь в последние годы. В рамках своих продуктовых линеек они и выстраивают маркетинговые товарные стратегии, разрабатывают механизмы продвижения товаров на зарубежные рынки, осуществляют позиционирование, формируют бренды товаров и ВИНК в целом, определяют ценовую политику. Однако следует указать, что в части ценовой стратегии, политики зарубежного брендинга, формирования корпоративного имиджа у российских ВИНК все еще есть существенные резервы для совершенствования.

3. Инновационные стратегии предполагают повышение конкурентоспособности ВИНК на внешних рынках посредством совершенствования системы исследований и разработок (ИР). Важным аспектом реализации такой стратегии будет являться наличие технологий, которые возможно получить к крупной зарубежной ВИНК (мэйджора) либо в результате слияния и поглощения. Основными элементами инновационной стратегии будут являться разработка технологии, ее освоение или адаптация, либо ее совершенствование. Необходимо отметить, что инновации в последние 25 лет существенно преобразовали мировую нефтегазовую отрасль: они коснулись геологоразведки, условий нефтегазодобычи (проекты по добыче в Арктике, выход на шельф, подводное бурение, большие глубины нефтяных скважин). Необходимо учитывать и фактор «сланцевой революции», которая обусловила развитие принципиально нового этапа инновационного развития нефтегазовой отрасли. В России, ввиду истощения традиционных месторождений, разработка сланцевой нефти представляется объективной необходимостью, поэтому российские ВИНК стремятся повысить роль инновационного компонента в своем бизнесе, осуществляя реструктуризацию собственной научно-технической инфраструктуры, изыскивая инновационные подходы к разработке корпоративных стратегий.

Активный выход российских компаний на внешние рынки стал логичным следствием предшествовавших ему внешних и внутренних причин, сводящихся к возникшей нестабильности на мировых рынках и значительным потенциалом российской нефтяной инфраструктуры. Так, постепенный отход от монополии государства на разработку нефтяных ресурсов страны; курс на либерализацию отношений в области добычи полезных ископаемых, открыли дополнительные возможности для выхода российских ВИНК на мировой нефтегазовый рынок [9].

Экспортноориентированный, сырьевой характер российской экономики в последние годы обусловил появление ряда крупных ВИНК,

ориентированных на внешние рынки сбыта и играющих значительную роль в мировом нефтяном хозяйстве, в их числе: Лукойл (основана в 1991 г.), ТНК (1995 г.), Сургутнефтегаз (1993 г.), Сибнефть (1995 г.), Татнефть (1994 г.), Роснефть (1993 г.), Славнефть (1994 г.) и др. Нефтедобыча в России в последние годы динамично возрастала: этот показатель увеличился с 470 в 2005 г. до 534 млн. т. в 2015 г. [13]. В корпоративной структуре на три крупнейшие компании в России приходится 75% добываемой нефти.

Таблица 1. Добыча нефти в России ведущими компаниями в 2015 г.

Компания	Объем добычи, млн. т	Удельный вес, %
«НК «Роснефть»	254	47,6
«ЛУКОЙЛ»	85,7	16,1
«Сургутнефтегаз»	61,6	11,5
«Газпромнефть»	34,3	6,4
«Татнефть»	27,2	5,1
«АНК «Башнефть»	19,9	3,7
«Славнефть»	15,5	2,9
Прочие компании	35,8	6,7

Источник: Россия установила новый рекорд по добыче нефти в 2015 году: Компании получили 534 млн т, наибольший прирост у «Татнефти» и «Башнефти». – Информационно-аналитический портал «Нефть России», [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oilru.com/news/495231/> (дата обращения: 17.02.2016).

Российские нефтяные компании занимают ведущие позиции по доказанным запасам нефти на мировом рынке углеводородных ресурсов (табл. 2).

Таблица 2. Распределение доказанных природных запасов нефти между крупнейшими российскими и зарубежными ВИНК, млрд. барр.

Компания	Страна	Запасы	Компания	Страна	Запасы
«НК «Роснефть»	Россия	25,2	Petrobras	Бразилия	11,0
ExxonMobil	США	13,2	Total	Франция	5,4
PetroChina	Китай	10,8	Chevron	США	6,3
BP	Великобритания	10,1	ConocoPhillips	США	5,5
«ЛУКОЙЛ»	Россия	13,5	«Газпром нефть»	Россия	6,1
Royal Dutch Shell	Нидерланды	6,6	Eni	Италия	3,2

Источник: составлено по данным открытых отчетностей компаний

Формирование глобальных стратегий российских ВИНК зависит, помимо внешних факторов, в существенной степени от роли нефтяного комплекса в экономике страны. Учитывая его определяющее значение в экономике страны (рис. 1), можно констатировать высокую степень регулирования нефтяного сектора, нефтяной инфраструктуры и, как следствие, глобальных стратегий крупнейших ВИНК в России.

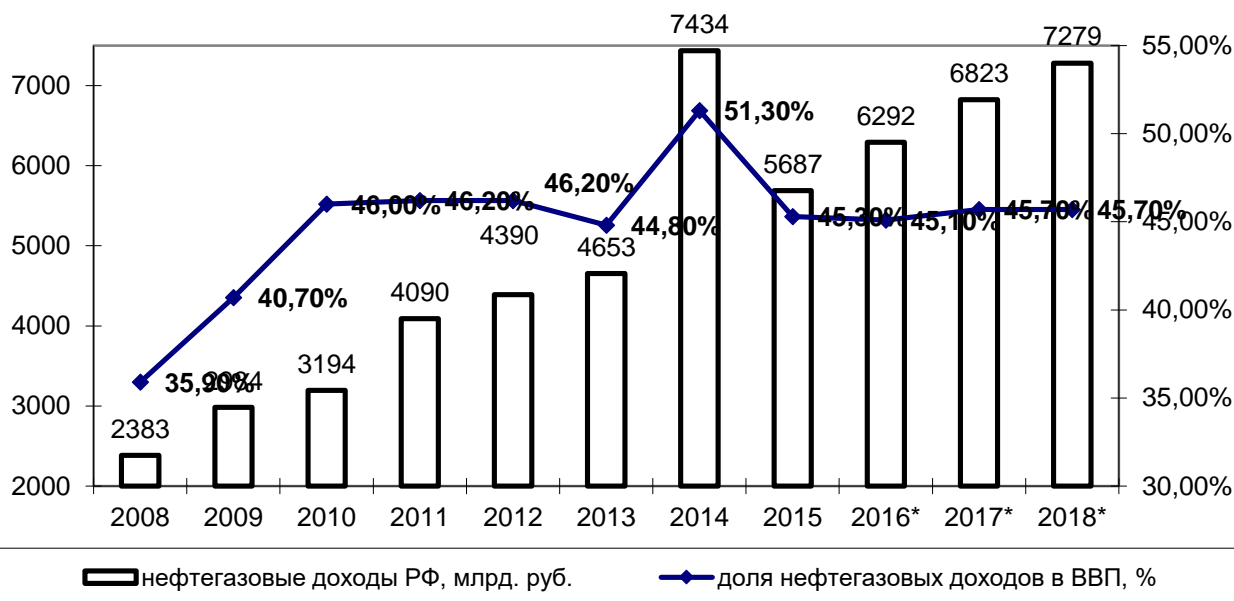


Рис. 1. Роль нефтегазовых доходов в экономике России за 2008-2018 гг.

Примечание: * - 2016-2018 гг. – прогноз Министерства финансов РФ.

Источники: составлено и подсчитано по Федеральным бюджету // Официальный портал Министерства финансов РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.minfin.ru/ru/budget/federal_budget/index.php (дата обращения: 12.02.2015); Основные направления бюджетной политики на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов. – М.: Правительство РФ, 2016. – С. 46 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://budget.gov.ru> (дата обращения: 16.02.2016).

Следует выделить такие преимущества отечественных ВИНК, как уменьшение издержек на единицу продукции при больших объемах производства, высокий уровень обеспеченности запасами, обладание лицензиями, свободный доступ к инфраструктуре транспортировки углеводородов, государственная поддержка, диверсификация странового риска на мировом рынке. Эти преимущества позволили ВИНК занять доминирующее положение в экономике страны и в значительной степени определять динамику ее развития.

Вместе с тем, по мнению автора, конкурентоспособность российских ВИНК в настоящее время во многом зависит от внеэкономических факторов (монополия на природные ресурсы, государственная поддержка), тогда как конкурентные преимущества экономического характера постепенно снижаются. Так, наблюдается уменьшение запасов на фоне общего роста добычи нефти и снижения введения в эксплуатацию новых месторождений (у российских ВИНК в структуре себестоимости одного добываемого барреля на процессы геологоразведки приходится лишь 1%, тогда как у крупных западных ВИНК – порядка 5%) [7]. В основном экспортируется сырье, а эффективность его добычи снижается ввиду устаревшего оборудования. Доходы крупных ВИНК не полностью трансформируются в капиталовложения, сложившаяся структура рынка в

виде олигополии вдет к диктату цен, преобразуя ВИНК в монополии (так, в России доля малого бизнеса в отрасли не превышает 13%, тогда как, например, в Канаде и США этот показатель находится на уровне 50-55%). Также для ВИНК характерна невысокая глубина нефтепереработки (около 72% против 92% в США и 86% в Европе) [11]. К числу проблем следует указать и низкое качество производимых нефтепродуктов (в товарной структуре российского экспорта преобладают дешевые нефтепродукты – низкокачественное дизельное топливо, топочный мазут, прямогонный бензин, базовые масла).

Современный этап интеграционных процессов российских ВИНК представляется весьма противоречивым. Их стремление к участию во всем производственном цикле нефтяного бизнеса обуславливает далеко не всегда оправданное дублирование сбытовых и производственных структур. ВИНК были сформированы региональные монополии, не сотрудничающие с местными малыми и средними предприятиями, а, наоборот, подавляющие их, так как ВИНК как монополисты владеют НПЗ, сбытовой сетью и трубопроводами, тем самым заставляя малый и средний бизнес продавать собственные лицензии на разработку перспективных участков.

Российские ВИНК формально и неформально глубоко интегрированы в процессы взаимодействия с государством. В связи с этим, ключевое влияние на формирование их глобальных стратегий оказывают приоритеты энергетической политики страны. Так, к числу стратегических задач развития нефтяного комплекса в рамках Энергетической стратегии России до 2030 г. отнесены [12]:

- обеспечение стабильного, бесперебойного и экономически эффективного удовлетворения внутреннего спроса на нефть и нефтепродукты;

- активное, без ущерба для удовлетворения внутренних потребностей, участие в обеспечении мирового спроса на нефть и нефтепродукты;

- обеспечение стабильных поступлений в доходную часть консолидированного бюджета страны в соответствии со значением энергетического сектора в формировании валового внутреннего продукта и экспорта на заданном временном этапе реализации государственной энергетической политики;

- инвестиционно-инновационное обновление комплекса, нацеленное на повышение его экономической и экологической эффективности.

В последние годы *глобальные стратегии российских нефтяных компаний осуществляются по следующим основным направлениям:*

- Путём приобретения зарубежных нефтяных компаний и использования новейших технологий добычи и переработки нефти.

В рамках данного направления особо выделяются сделки по слияниям и поглощениям с участием российских ВИНК. Именно они стали одним из инструментов стратегического развития ВИНК в условиях глобализации. Эти сделки способствовали формированию многовариантных форм

интеграции нефтяного бизнеса из различных стран. Согласно законодательно установленной трактовке (в ФЗ «Об акционерных обществах»), данной сделкой называется соглашение, осуществляющееся с целью установления контроля над хозяйственным обществом путем приобретения более 30% поглощаемого уставного капитала (акций, долей и т.п.), при этом сохраняется юридическая самостоятельность общества [1]. В специальной литературе сделки по слиянию и соглашению определяются как способ, в рамках которого одна компания становится основным собственником и приобретает контроль над другой компанией, ее дочерней фирмой или отдельными активами [6].

Слияния и поглощения можно рассматривать как один из подвидов интеграции компаний. В этом плане стоит отметить, что одной из наиболее мягких форм интеграции выступает альянс, – формальный совместный проект двух независимых нефтяных компаний, реализуемый в целях достижения конкретных задач. Другой, более «жесткой», с точки зрения возможности контроля, осуществления инвестиций и реализации обязательств, формой слияния является создание совместного предприятия.

Помимо этого, выделяются следующие основные методы проведения сделок по слияниям и поглощениям [8]: путём приобретения акций; приобретения активов поглощаемой компании; слияния. По характеру интеграционных процессов в нефтяной индустрии можно выделить следующие виды сделок по слияниям и поглощениям: горизонтальные (объединения только в нефтяной отрасли); вертикальные (объединения компаний разных отраслей, связанных технологическим процессом производства); конгломератные (объединения компаний различных отраслей без наличия производственной общности).

За последние 6 лет в нефтегазовом секторе России, по данным исследовательской компании KPMG [14], проведено 246 сделок по слияниям и поглощениям на общую сумму более 186 млрд. долл. (рис. 2).

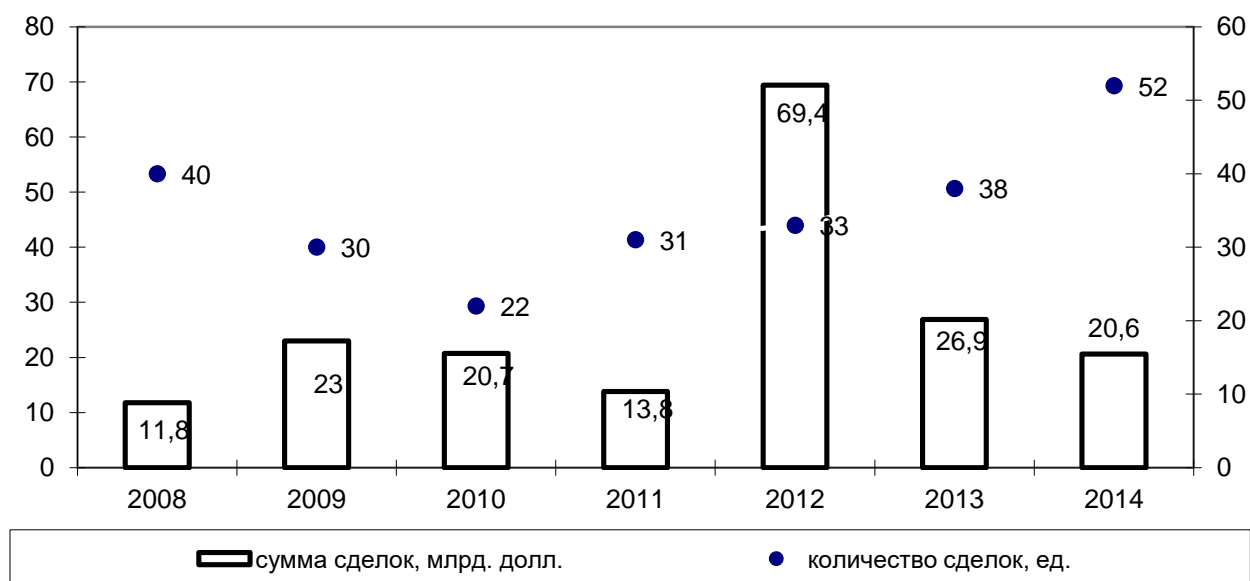


Рис. 2. Динамика стоимостных объёмов и количества сделок по

слиянию и поглощению в российском нефтегазовом секторе за 2008-2014 гг.

Источник: Рынок слияний и поглощений в России в 2013 г. // KPMG. [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_MA_3r_2014.pdf; Рынок слияний и поглощений в России в 2012 г. // KPMG. [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_MA_2r%202013.pdf; Рынок слияний и поглощений в России в 2014 г. // KPMG, 2015. – С.41 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_MA_4r_2015.pdf (дата обращения: 26.12.2015).

Современный этап развития характеризуется активным выходом российских ВИНК к акционерному капиталу крупнейших западных нефтегазовых корпораций и нефтяных секторов зарубежных стран. Активизация российских ВИНК в сделках по трансграничным слияниям и поглощениям вызвана необходимостью осуществлять технологически сложные проекты, которые возможно осуществить лишь совместно с ведущими мировыми ВИНК. Покупателями доли в активах ведущих отечественных ВИНК могут являться лишь эти глобальные компании. Кроме того, российским ВИНК необходимо заимствование опыта управления активами тех ведущих игроков, которые осуществляют активную экспансию на зарубежные рынки.

Вместе с тем, мы отмечаем, что глобальный кризис 2008 г. серьезно скорректировал инвестиционные стратегии глобальных ВИНК. Если до кризиса ключевым направлением движения капитала в сделках по слияниям и поглощениям был активный выход глобальных компаний на рынок РФ, то в условиях кризиса усилилась внутренняя и зарубежная деятельность российских ВИНК в сфере слияний и поглощений. Ввиду падения спроса на нефтепродукты и снижения маржи (с 45 до 6 долл. США за баррель) [5] глобальные ВИНК начали активную реализацию собственных активов, уже давно являющихся объектом интереса со стороны российских ВИНК. Покупка долей активов в НПЗ стран ЕС обеспечило отечественным ВИНК прирост дополнительной маржи за счет того, что они начали перерабатывать свою нефть на современных НПЗ, дающих высокий выход продукции с высокой добавленной стоимостью и возможность приблизить свой бизнес непосредственно к европейским потребителям.

В табл. 3 представлена характеристика крупнейших сделок по слиянию и поглощению за последние годы, осуществлённых между российскими и зарубежными нефтегазовыми компаниями.

Таблица 3. Крупнейшие сделки по слияниям и поглощениям между российскими и зарубежными нефтегазовыми компаниями в 2011-2014 гг.

Объект сделки		Покупатель		Характеристики сделки	
Компания	Страна	Компания	Страна	Приобретённая доля	Сумма, млн. долл.
ОАО «РН Холдинг» (ранее – TNK-BP International Limited)	Россия/Великобритания	ОАО «НК «Роснефть»	Россия	5,3 %	4561
Новатек	Россия	Total SA	Франция	12,1 %	4000
Белтрансгаз	Беларусь	«Газпром»	Россия	50 %	2500
WINGAS, WIEN, WIEE, Astora and Wintershall Noordzee B.V.	Германия	«Газпром»	Россия	50 %	1500
Corporacion Venezolana del Petroleo	Венесуэла	Роснефть	Россия	40 %	1100
HRT	Бразилия	ТНК-ВР	Россия / Великобритания	45 %	1000
НПЗ Petroplus Holding в Антверпене	Нидерланды	Gunvor International B.V.		100 %	500
ISAB Srl	Италия	ЛУКОЙЛ	Россия	11 %	281
Eurotek	Россия	Repsol	Испания	100 %	230

Источник: составлено по: Рынок слияний и поглощений в России в 2013 г. // KPMG. [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_MA_3r_2014.pdf (дата обращения: 01.10.2014); Рынок слияний и поглощений в России в 2012 г. // KPMG. [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_MA_2r%202013.pdf (дата обращения: 01.10.2014); Рынок слияний и поглощений в России в 2011 г. // KPMG. [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_M_A_2r.pdf (дата обращения: 01.10.2014)

- Путём реализации совместных проектов в рамках стратегического партнёрства. В этом плане одним из лидеров по активности является государственная компания «Роснефть», имеющая следующие зарубежные проекты [4]:

- проект Кардиум в Канаде: в августе 2012 г. компания «Роснефть» приобрела 30% доли ExxonMobil в 108 участках в проекте освоения трудноизвлекаемых запасов нефти, пласт Кардиум, в провинции Альберта, Канада;

- компания реализует 5 проектов в Венесуэле в партнерстве с компанией PDVSA (Венесуэла);

- в апреле 2013 г. Компания приобрела 30% в 20 лицензионных блоках

в Мексиканском заливе в рамках партнерства с ExxonMobil (США);

- ОАО «НК «Роснефть» также принадлежит 45% в поисково-разведочном проекте в бассейне Солимоинс, в районе р. Амазонки (Бразилия)

В рамках стратегического партнёрства осуществляет свою деятельность и компания Лукойл, среди наиболее крупных активов которой за рубежом [10]:

- доля в размере 15% в окончательном соглашении о разделе продукции (оператор компания «Карачаганак Петролеум Оперейтинг Б.В.») (Казахстан);

- доля в размере 100% в Соглашении о разделе продукции по разведке и добыче нефти и газа (Узбекистан);

- доля в размере 10% в Соглашении о разделе продукции по разведке и добыче газа (Азербайджан);

- доля в 80% в СП LUKOIL Saudi Arabia Energy Ltd, созданном с целью разведки и добычи месторождений газа (Саудовская Аравия);

- доля в размере 50% участия в Соглашении о разделе продукции по разведке, разработке и добыче на морском блоке Napoi Trough-02 (Вьетнам);

- доля в размере 50% в компании СП «Тургай-Петролеум», основанной для разработки северной части месторождения Кумколь (Казахстан);

- доля в размере 67% в проекте по геологоразведке, разработке и добыче на глубоководном блоке (Гана) и др.

- в рамках участия в реализации совместных проектов по внедрению инновационных технологий в добыче, производстве и переработке нефти.

Возникший в 2014 г. геополитический кризис в связи с событиями на Украине оказал прямое влияние на состояние мирового нефтяного хозяйства и перспективы функционирования российских ВИНК. Так, санкции против российской нефтяной индустрии были введены по следующим направлениям [15]:

- санкции ЕС против российских ВИНК («Роснефть», «Газпром нефть» и «Транснефть»), их дочерних предприятий и вспомогательных компаний. Так, компаниям и физическим лицам стран ЕС запрещается напрямую или косвенно приобретать, продавать, предоставлять инвестиционные услуги или помощь в получении или распоряжаться ценными бумагами и инструментами денежного рынка со сроком погашения более 30 дней, выпущенными компаниями, попавшими в указанный список, после 12 сентября 2014 года;

- санкции США против российских ВИНК и их дочерних предприятий, а также вспомогательных компаний отрасли. Так, американский список компаний, попавших под санкции, шире европейского, и в него входят такие компании, как «Газпром», «Роснефть», ЛУКОЙЛ, «Сургутнефтегаз», «Газпром нефть» и «Новатэк». В отношении них компаниям США запрещено поставлять товары и технологии, необходимые для освоения месторождений нефти на глубоководных участках, арктическом шельфе и в

сланцевых пластах. Принятые США меры призваны не допустить поставок таких технологий и оборудования российским компаниям даже через посредников;

- запрет на экспорт в Россию технологий нефтедобычи и нефтепереработки (буровые платформы, детали для горизонтального бурения, подводное оборудование, морское оборудование для работы в арктических условиях, программное обеспечение для гидравлического разрыва пласта (ГРП), насосы высокого давления и дистанционно управляемые подводные аппараты);

- ограничение доступа к услугам в сфере добычи и разведки нефти на шельфе и в Арктике;

- отказ от совместных проектов в нефтяной сфере и инвестирования перспективных проектов (к примеру, совместные проекты «Газпром Нефти» с Shell (Великобритания) и «Роснефти» с Exxon Mobil (США)).

Очевидно, что влияние санкций окажет влияние на глобальные стратегии российских ВИНК. Так, введенные санкции могут существенно снизить объемы добычи нефти на новых месторождениях и, в особенности, на энергетических проектах Арктики, на которые делается ставка крупнейшими российскими ВИНК (к примеру, только у «Роснефти» планировалось начало бурения с ExxonMobil в сентябре 2014 г. на арктическом шельфе, стоимость проекта составляла порядка 700 млн. долл.).

Влияние санкций на частные компании уже снизило их инвестиционную активность на зарубежных территориях и нефтяных инфраструктурных комплексах. По мнению представителей частных компаний, для решения проблемы снижения инвестиционной активности на зарубежных рынках, необходима помощь государства: «...чтобы максимально сократить падение добычи, не обойтись без новых льгот для отрасли со стороны государства. Есть меры краткосрочного и долгосрочного характера. К последним можно отнести налоговые льготы и введение налога на финансовый результат. К первым – срочное сокращение бюрократических проволочек при выдаче лицензий на новые месторождения; упрощение процедуры присоединения вновь открытых участков недр к нынешним в части более глубоких горизонтов залегания нефти; сокращение стоимости лицензий» [3].

Эффективное функционирование ВИНК как ключевых субъектов ТЭК имеет важное значение для бюджета страны. В последние годы российскими ВИНК была налажена эффективная система международных связей с зарубежными партнерами.

В современных условиях актуально формирование надежной системы оценки рисков ВИНК на зарубежных рынках. Российские ВИНК отличаются от зарубежных тем, что в странах, являющихся нетто-экспортерами нефти, в большинстве случаев имеется только одна нефтедобывающая компания, которая находится под полным государственным контролем. Это позволяет странам четко формулировать основные направления энергетической

политики. В России – не одна ВИНК, и это усложняет государственную энергетическую политику. Кроме того, риски, с которыми сталкиваются российские ВИНК, множественны, но применительно к настоящему исследованию для реализации глобальных стратегий российских ВИНК, ключевую роль играют следующие *риски* развития добычи нефти в мире:

- политика США по отношению к странам-экспортерам нефти и связанные с этим геополитические проблемы;
- неустойчивость динамики мировых цен на нефть;
- неопределенность прогнозов восстановления экономик развитых стран-импортеров нефти после текущего кризиса;
- рецессия и цикличность в мировой экономике;
- перманентная волатильность курсов резервных валют;
- рост государственного долга в некоторых развитых странах;
- повышение вмешательства государства в деятельность ВИНК (в первую очередь, на основе инструментов налоговой и бюджетной политики);
- для России – неопределенность валютного курса национальной валюты в условиях реализуемой валютной политики Банка России.

По мере развития рынка вопросы оптимального сбыта продукции в глобальных стратегиях ВИНК стали занимать важное место. Важно не только произвести продукцию, но и найти соответствующий рынок сбыта, такой, который будет приносить доходы, покрывающие издержки. Поэтому логистические проблемы в стратегиях ВИНК на современном этапе занимают особое место.

Автор полагает, что к настоящему времени приоритетными являются следующие *векторы реализации глобальных стратегий российских ВИНК*:

- получение ими дополнительных преимуществ от участия в международном разделении труда на основе создания собственных либо интеграции в трансграничные производственно-сбытовые цепочки, в которые также вовлекаются малые и средние предприятия на основе аутсорсинга;
- географическая и товарная диверсификация в перспективе, в частности, налаживание системы реализации нефтепродуктов, производимых отечественными ВИНК на собственных мощностях в зарубежных странах;
- модернизация ресурсной базы добычи нефти за счет создания ее новых центров в Арктике и на Дальнем Востоке РФ;
- реализация стратегии ресурсосбережения по международным стандартам экологической безопасности;
- кооперация с зарубежными (азиатскими и европейскими) инвесторами в секторе добычи нефти и ее переработке на основе инновационных технологий;
- увеличение присутствия ВИНК на зарубежных рынках инновационной продукции ТЭК (в частности, новые виды нефтепродуктов);
- активизация участия ВИНК в формировании узловых, крупных

цепочек международной инфраструктуры транспортировки и экспорта нефти за счет использования новых технологий, развития транспортной инфраструктуры в удаленных регионах нефтедобычи.

Представляется, что дальнейшая реализация глобальных стратегий российских ВИНК невозможна без их дипломатической поддержки, а также некоторых специальных мер энергетической политики РФ. С целью решения долгосрочных целей развития отрасли, повышения конкурентоспособности ВИНК, структурного балансирования добычи, переработки и экспорта сырья, роста производства качественной и конкурентоспособной на зарубежных рынках продукции, необходима существенная модернизация отрасли на основе масштабного внедрения технологических и организационных инноваций.

Что касается участия России в процессах «сланцевой революции», то следует принимать во внимание имеющиеся колоссальные запасы сланцевой нефти и в нашей стране, однако разработка этих месторождений не является рентабельной без соответствующих налоговых льгот, поскольку себестоимость добычи такой нефти намного выше (объем добычи из каждой скважины будет падать очень быстро). Кроме этого, российским ВИНК необходимо специальное оборудование для осуществления гидроразрыва пластов, которое пока не производится в России.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "Об акционерных обществах" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2014) // Собрание законодательства РФ", 01.01.1996, N 1, ст. 1.
2. Агеева Е.П., Дырдонова А.Н Проблемы трансфера технологий в России // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – Т. 17. – № 13. – С. 347-350
3. В ЛУКОЙЛе из-за санкций приготовились к сокращению инвестпрограммы. // РБК. [Электронный ресурс]. Режим доступа - <http://top.rbc.ru/economics/12/09/2014/948749.shtml> (дата обращения: 21.10.2014)
4. Годовой отчет ОАО «НК «Роснефть» за 2013 год. // Официальный портал ОАО «НК «Роснефть». [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.rosneft.ru/attach/0/02/01/a_report_2013.pdf (дата обращения: 07.10.2014)
5. Голомедов, В.И. Стратегии российских ВИНК в условиях глобального рынка // Вестник МГИМО-Университета. – 2013. – № 5 (32). – С. 165.
6. Депамлис Д. Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании / Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. - с. 6.
7. Кезик, И. Услуги разведки // Business & Financial Markets. – 2008. – № 65. – С. 22-30.
8. Климовец О.В. ТНК России: Учебное пособие / О.В. Климовец. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Малевинская А.А. Трансграничные слияния и

- поглощения: дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.14. - Москва, 2004., с. 34.
9. Козеняшева М. М. Экономическое развитие нефтяного комплекса РФ в условиях глобализации мирового нефтяного хозяйства (теоретические и методологические аспекты) : дисс. ... докт. экон. наук : 08.00.05 / Козеняшева Маргарита Михайловна. – М.: ГУУ, 2011. – 416 с.
10. Корпоративный отчет 2003. // Лукойл Оверсиз. [Электронный ресурс]. Режим доступа - <http://lukoil-overseas.ru/upload/iblock/d3d/corpreportrus.pdf> (дата обращения: 12.02.2015).
11. Михайлов, А. Вертикально-интегрированные нефтяные компании как центр развития кластера / А.Б. Михайлов, М.П. Ямков // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – Т. 17. – № 18. – С. 233.
12. Распоряжение Правительства РФ от 13.11.2009 N 1715-р «Об Энергетической стратегии России на период до 2030 года» // «Собрание законодательства РФ», 30.11.2009, № 48, ст. 5836
13. Россия установила новый рекорд по добыче нефти в 2015 году: Компании получили 534 млн т, наибольший прирост у «Татнефти» и «Башнефти». – Информационно-аналитический портал «Нефть России», [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oilru.com/news/495231/> (дата обращения: 17.02.2016).
14. Рынок слияний и поглощений в России в 2013 г. // KPMG. [Электронный ресурс]. Режим доступа - http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/S_MA_3r_2014.pdf (дата обращения: 01.10.2014).
15. Санкции США ударили по 90% российских нефтегазовых компаний // РБК. [Электронный ресурс]. Режим доступа - <http://top.rbc.ru/economics/12/09/2014/948761.shtml> (дата обращения: 12.05.2015)

Махмутова Р.Ф.
студент 4 курса
Самарский государственный экономический университет
институт права, судебная исполнительная
и нотариальная деятельность
Россия, г. Самара

К ВОПРОСУ О СООТНОШЕНИИ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОЦЕДУРА»

В статье рассматривается понятие юридический процесс и правовая процедура, соотношение понятий юридический процесс и процедура, характерные особенности правовой процедуры как элемента юридического процесса.

This article discusses the concept of the legal process and the process of

law, the legal relationship between the concepts of processes and procedures specific to the legal procedures as part of the legal process.

Ключевые слова: юридический процесс, юридическая процедура, правовое регулирование, нормативность, динамизм. Key words: legal process, process, regulation, speaker.

В настоящее время актуальная тема - вопрос о сходстве и различии материального и процессуального права, их содержание в системе права. Также следует обратить внимания на соотношение понятий «процесс» и «процедура». В современном мире в юридической литературе по вопросу соотношения правовых категорий «процесс» и «процедура» сложилось немало учений и концепций, однако, для того, чтобы правильно соотнести указанные категории, необходимо рассмотреть понятие и основные признаки «процесса» и «процедуры». Определяя филологическое значение понятий «процесс» и «процедура», данные толковых словарей под процессом понимают — ход, развитие (включая последовательную смену состояний) какого-либо явления, под процедурой — официальный порядок поведения [3].

Юридический процесс в свою очередь представляет собой регламентированную нормами права последовательную деятельность различных субъектов общественных правоотношений, направленную на достижение конкретного юридически значимого результата, стадийное развитие правовых явлений, состояний, изменений [4]. С точки зрения философии процесс — прохождение, продвижение — закономерное, последовательное изменение явления, его переход в другое явление. Процедура (от лат. — обеспечивать продвижение чего-либо, установленный порядок) как социальное явление представляет собой систему, которая: а) ориентирована на достижение конкретного социального результата; б) состоит из последовательно сменяющихся друг друга актов поведения, ступеней деятельности; в) создает модель развития, движения какого-либо явления, закрепляемую на нормативном уровне; г) иерархически построена; д) находится в динамике, развитии; е) имеет сложный характер. Характеризуя признаки юридического процесса, В. М. Горшенев указывал, что юридический процесс: 1) это рассмотрение определенного юридического дела, то есть такого обстоятельства, которое бы рассматривалось по закону, а его последствия реализуются во имя исполнения закона; 2) это деятельность по совершенствованию операций с нормами права; 3) это правовая форма деятельности уполномоченных на то органов и должностных лиц; 4) это деятельность, результаты которой обязательно оформляются в соответствующих процессуальных документа; 5) это деятельность, которая вызывает объективную потребность в процедурно-процессуальной регламентации; 6) это деятельность, которая непосредственно связана с необходимостью использования методов и средств юридической техники. В научной литературе выделяются следующие характерные черты, присущие юридической (правовой)

процедуре как специфическому правовому явлению: 1. Правовая процедура — это особая процедура, которая четко изложена и закреплена в законах и подзаконных нормативных актах. 2. Правовая процедура представляет собой нормативно установленный порядок осуществления юридической деятельности. 3. Нормативный режим правовых процедур предполагает их охрану от нарушений правовыми санкциями, представляющими собой вид и меру юридической ответственности. 4. Процедура в праве имеет ориентирующее значение для достижения определенной правовой цели, тем самым гарантируя правомерность и результативность юридической деятельности [7].

Правовая процедура – это структурный элемент юридического процесса, нормативно – установленный порядок осуществления последовательных юридически значимых действий, направленный на реализацию норм материального права, охраняемый от нарушений правовыми санкциями [4].

В юридической литературе по вопросу соотношения понятий «юридический процесс» и «юридическая процедура» сложились три основные научные позиции. Согласно первой из них юридический процесс и юридическая процедура сопоставляются как синонимичные категории, второй — юридическая процедура рассматривается в более широком значении, и, согласно, третьей — юридический процесс с точки зрения объема содержательного наполнения превалирует по отношению к юридической процедуре. Согласно первой из названных правовых позиций, процесс и процедура отождествляются в праве (по крайней мере с точки зрения практического значения). Представители данного подхода рассматривают оба понятия без разграничения смысловой нагрузки в отношении одних и тех же явлений. Так, отдельные сторонники широкого понимания юридического процесса (В. М. Горшенев, А. И. Ким, Ю. И. Мельников, П. Е. Недбайло, В. С. Основин и др.) иногда отождествляют процесс и процедуру и доводят юридический процесс до границ всякого правоприменения, однако некоторые последователи юрисдикционной концепции юридического процесса понимают под процессом урегулированный правом порядок юрисдикционной деятельности, а правовой процедурой предлагают именовать процесс в широком его понимании, то есть дают понять, что, по сравнению с процессом, процедура — юридическая деятельность иного уровня. Используя близость значений процесса и они приходят к выводу о том, что любые формы упорядоченности, закреплённой правом последовательности совершаемых действий можно именовать процессуальными. Указанными авторами отстаивалась точка зрения о существовании «единой процессуальной формы», процессуального права, нормы которого регулируют отношения не только в области юрисдикционной, но и при рассмотрении государственными органами и должностными лицами разнообразных дел положительного характера. Ярким представителем,

поддерживающим данную концепцию, следует назвать Лучина В. О., который полагает, что «процесс» практически равнозначен «процедуре» и между ними невозможно провести какую-нибудь разделительную грань» [5]. Ю. И. Мельников также уравнивал процесс и процедуру, указывая, что «процесс «и «процедура» являются понятиями юридическими, определяющими порядок деятельности по применению норм материального права, следовательно и «процесс» должен быть практически тождественен, то есть равнозначен процедуре [6]. Отождествление двух представленных категорий, на наш взгляд, не представляется правильным и адекватным, исходя из их отличительных черт и этимологии слов «процесс» и «процедура». Согласно второму подходу юридический процесс выступает разновидностью процедуры. По мнению Е. И. Бутенко, процесс представляет собой особую разновидность юридической процедуры, рассчитанную на борьбу с правовыми аномалиями, экстраординарными юридическими явлениями, возникающими в результате нарушения субъектами прав других лиц и неисполнения возложенных на них обязанностей [2]. Согласно третьему подходу, и на наш взгляд более адекватному, понятие процесс по своей широте превалирует над процедурой, и, соответственно, процедура рассматривается в качестве части процесса.

Юридическая процедура не совпадает с понятием юридического процесса, даже в широкой трактовке последнего [7]. Широкая трактовка юридического процесса предполагает объединение законодательно обособленных процессуальных норм и норм материальной процедуры. Так, сторонники «широкого» подхода относят к процессу наряду с юрисдикционной деятельностью и позитивную деятельность управленческих органов, не связанных с наличием спора о праве. По существу данная трактовка основывается на представлении о том, что процесс состоит из совокупности процедур и по отношению к последним является наиболее общим понятием. Смысл данного подхода состоит в том, что деятельность органов управления сводится к двум основным правовым формам, в рамках которых она реализуется — к нормотворчеству и правоприменению. А. Г. Пауль трактует юридическую процедуру как такой структурный элемент (компонент, часть) одноименного процесса, который представляет собой совокупность процессуальных правовых отношений, выделяемых в рамках какого-либо определенного корреспондирующего производства на основании специфики «материнских» материальных правовых нормативных установлений и отношений [8]. Отрицательным аспектом данного подхода является то, что процедура связывается с сектором процессуального права и выходит за пределы материального структурного элемента системы права. В отечественном правоведении сложился «широкий» и «узкий» подходы к пониманию юридического процесса. Сущность «широкого» подхода юридического процесса заключается в том, что функция процессуального права не ограничивается только регламентацией принуждения и разрешения

гражданско-правовых споров, что помимо уголовного и гражданского процессов в системе материальных отраслей права имеются многочисленные процессуальные нормы и институты, на основе которых осуществляется деятельность по применению материально-правовых норм любых отраслей. Сторонники «узкого» подхода ограничивают процесс либо только судебной деятельностью, либо включают в него все виды (юрисдикционной) правоохранительной деятельности независимо от того, каким образом она осуществляется. Среди высказанных в литературе подходов к вопросу о соотношении понятий «процесс» и «процедура» не нашла отражения позиция, согласно которой процедура могла бы предшествовать процессу. Так, в качестве примера могут быть представлены предварительные обеспечительные меры в арбитражном процессе. На основании статьи 99 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации арбитражный суд по заявлению организации или гражданина вправе принять предварительные обеспечительные меры, направленные на обеспечение имущественных интересов заявителя до предъявления иска. Заявление об обеспечении имущественных интересов до предъявления исковых требований по существу может быть подано в арбитражный суд по месту нахождения заявителя, по месту нарушения его прав, а также по месту нахождения денежных средств или иного имущества, в отношении которых заявитель ходатайствует о принятии обеспечительных мер. В случае подачи заявителем искового заявления, обеспечительные меры продолжают действовать как меры по обеспечению иска. Арбитражный суд вправе заменить предварительные обеспечительные меры встречным обеспечением ответчика. Таким образом, процедура подачи в суд заявления о принятии предварительных обеспечительных мер в данном случае будет предшествовать принятию основного искового заявления к производству и рассмотрению дела по существу [1]. На основании сказанного можно выявить сходство юридического процесса и процедуры, которое заключается в том, что и первый и вторая представлены в виде установленной в правовых нормах последовательности смены фаз развития. Между юридическим процессом и правовой процедурой существует ряд отличий: 1) Процедура осуществляется как непосредственно, так и опосредованно. Процесс только опосредованно; 2) Процедурные нормы могут закрепляться как на нормативном, так и на индивидуальном уровне. Процессуальные нормы, напротив, могут закрепляться только в централизованном, как правило, законодательном порядке. Более того, для юридического процесса характерна более детальная регламентация последовательности протекания. 3) Юридический процесс, в отличие от процедуры, регламентирован императивными правовыми нормами, тогда как процедура определяется чаще всего диспозитивными нормами; 4) Правовая процедура может осуществляться каждым дееспособным субъектом права. Юридический процесс осуществляется специально уполномоченными субъектами, которые обладают особым правовым положением. Юридический процесс выступает

как высшая степень конкретизации правовой процедуры, а процедурно-процессуальный механизм права включает в себя: правовые процедуры и юридический процесс. Однако, в данном случае правовые процедуры выступают более широкой по объему своего логического содержания категорией и включают в себя юридический процесс в качестве особого элемента, что не является верным. Безусловно, как для юридического процесса, так и для процедуры характерны порядок и последовательность действий, но присутствие в обеих категориях алгоритма действий не означает включения в состав процедуры юридического процесса. Высказанные в теории права подходы к соотношению понятий «процесс» и «процедура» имеют право на самостоятельное существование. Думается, что юридический процесс необходимо относить к целому, а процедуру только лишь к «включенному» в него действию или бездействию (к элементу целого). Процедура обслуживает юридический процесс, осуществляет его организационное обеспечение. Без императивных начал юридической процедуры процесс не сможет достичь своих целей.

Подводя итог, отметим, что юридический процесс представляет собой дальнейшее развитие правоотношения, не нашедшего окончательного урегулирования в рамках процедуры и осуществляется реализацией процессуальных норм права, которые вступают в действие только в тех случаях, когда применением норма процедурного характера не приносит необходимого правового результата. Понятие юридического процесса в соотношении с юридической процедурой представляется более объемным. Оно охватывает не только официальные, но и иные срезы правовых явлений, в том числе такие, что не исключают наличия материального компонента.

Использованные источники:

1. Арбитражный процессуальный кодекс РФ: закон Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ (с изм. и доп. на 15.01.2010) // Собр. законодательства (далее СЗ РФ). 29.07.2002. № 30. С. 3012.
2. Бутенко Е.И. О соотношении понятий «процедура» и «процесс» на современном этапе развития юридической науки (статья) Право третьего тысячелетия. Материалы I Международной заочной научно-практич. конф. студентов и аспирантов (17 апр. 2009 г., г. Ставрополь). Вып. I. Ставрополь, 2009. С. 57–61.
3. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1955. Т. IV. С. 89; Ожегов С. И. Словарь русского языка. Изд. 18. М., 1986. С. 585.
4. Ланг П. П. Правовая процедура и юридический процесс (теоретико – правовой аспект) // В сборнике: современные проблемы права и управления 5-я международная научная конференция: сборник докладов. Институт законовещения и управления Всероссийской полицейской ассоциации; главный редактор: И.Б. Богородицкий, ответственный редактор: Ю.В. Киселевич. 2015. С. 81; 84.
5. Лучин В. О. Процессуальные нормы в советском государственном праве. М., 1976. С. 25.

6. Мельников Ю. И. Природа и содержание норм процессуального права в социалистическом обществе. автореф. дисер. к. ю. н. - М., 1976. С. 22.
7. Николина К. В. Юридична процедура: поняття, ознаки, види, місце в системі правових категорій: автореф. дис... канд. юрид. наук / К. В. Николина, 2011. С. 19.
8. Пауль А. Г. Процессуальные нормы бюджетного права / Под ред. М. В. Карасевой. СПб, 2003. С. 208.

*Мехтиева Н.К.
студент 4 курса
Институт права*

*Самарский государственный экономический университет
Российская Федерация, г. Самара*

КОМПЕНСАЦИИ ЗА НАРУШЕННОЕ ПРАВО НА СУДОПРОИЗВОДСТВО В РАЗУМНЫЙ СРОК: ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Освещаются особенности производства по рассмотрению споров о компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок в рамках арбитражного процесса, анализируются правовые позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации по данной категории дел, высказываются предложения по совершенствованию процессуального законодательства.

Features of production on consideration of disputes on compensation for violation of the right for legal proceedings in the reasonable time or the rights for performance of the judicial act in reasonable time within arbitration process are lit, legal positions of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation on this category of affairs are analyzed, suggestions for improvement of the procedural legislation express.

Ключевые слова: арбитражный процесс, судопроизводство в разумный срок, компенсация.

Keywords: arbitration process, legal proceedings in reasonable time, compensation.

С 04. 05. 2010г. вступил в силу Федеральный закон от 30. 04. 2010 № 68 - ФЗ «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок» и Федеральный закон от 30.04.2010 № 69-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с принятием Федерального закона «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок». В целях разъяснения вопросов, возникших в связи с принятием ФЗ №68 ВС РФ и ВАС РФ совместно приняли Постановление от 23.12.2010 N 30/64 «О некоторых вопросах, возникших при рассмотрении дел о присуждении

компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок.

Право на судопроизводство в разумный срок является составной частью более широкого по объему правомочий права на судебную защиту, гарантированного каждому ст. 46 Конституции РФ. Однако нарушения, допускаемые судебными органами, по-прежнему широко распространены. Это приводит к осознанию того, что право на судебную защиту и его составляющие сами по себе нуждаются в защите. В связи с необходимостью обеспечить гарантии соблюдения прав человека в части права на справедливое судебное разбирательство в разумный срок, был принят Федеральный закон "О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок" Федеральным законом от 30 апреля 2010 г. N 68-ФЗ "О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок" были введены прежде не известные российскому законодательству нормы об ответственности за нарушение права на судопроизводство в разумный срок в виде компенсации.

Принятие данного Закона связано со значительным увеличением в последнее время обращений граждан России в Европейский суд по правам человека, обусловленных излишне долгими судебными процессами или чрезмерно затянутым исполнением судебных актов, и по существу знаменует собой создание в России альтернативного обращению в Европейский суд по правам человека механизма возмещения вызванных указанными обстоятельствами неблагоприятных последствий.

Суть этого Закона состоит в том, что он направлен на защиту прав и законных интересов граждан и организаций, пострадавших от волокиты при рассмотрении судами гражданских, арбитражных и уголовных дел, а также в ходе принудительного исполнения судебных актов службой судебных приставов. Названный Закон впервые предоставляет право лицам, чьи дела длительное время не находили быстрого и справедливого разрешения, обращаться в суд с требованиями о взыскании определенных денежных компенсаций за причиненный им материальный ущерб.

В силу ч.1 ст.1 Федерального закона от 30 апреля 2010 г. № 68-ФЗ "О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок" положения данного нормативно-правового акта распространяются:

-на нарушения разумных сроков судопроизводства по делам, рассматриваемым судами общей юрисдикции и арбитражными судами в соответствии с установленными процессуальным законодательством правилами подведомственности;

- нарушение разумных сроков исполнения судебных актов, вынесенных по искам или заявлениям к Российской Федерации, субъекту Российской Федерации, муниципальному образованию о возмещении вреда,

причиненного физическому или юридическому лицу в результате незаконных действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления либо их должностных лиц ; нарушения разумных сроков исполнения судебных актов ,предусматривающих возложение обязанности на органы государственной власти ,органы местного самоуправления . их должностных лиц, государственных или муниципальных служащих произвести выплаты за счет средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета ,а также судебных актов, предусматривающих обращение взыскания на средства федерального бюджета ,бюджета субъекта Российской Федерации ,местного бюджета по денежным обязательствам бюджетных(казенных) учреждений;

- нарушения разумных сроков в ходе досудебного производства по уголовным делам ,по которым установлены подозреваемый или обвиняемый.[1]

В силу ч. 3 ст. 1 Закона о компенсации, «присуждение компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок не зависит от наличия либо отсутствия вины суда, органов уголовного преследования, органов, на которые возложены обязанности по исполнению судебных актов, иных государственных органов, органов местного самоуправления и их должностных лиц». Освобождение от ответственности возможно при наличии чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств (непреодолимой силы) (ч. 2 ст. 1 Закона о компенсации). [2]

В соответствии с Федеральным законом от 30.04.2010 г. N 69-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с принятием Федерального закона «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок» были внесены довольно большие изменения в АПК РФ, включая введение новой гл. 27.1 "Рассмотрение дел о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок".

Порядок обращения в арбитражный суд с заявлением о присуждении компенсации определен в Главе 27.1 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Лицо, полагающее, что государственным органом, органом местного самоуправления, иным органом, организацией, должностным лицом нарушено его право на судопроизводство в разумный срок или право на исполнение судебного акта в разумный срок, вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о присуждении компенсации.

Заявление о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок может быть подано заинтересованным лицом в течение шести месяцев со дня вступления в законную силу последнего судебного акта, принятого по данному делу.

В случае, если продолжительность рассмотрения дела превышает три года и заинтересованное лицо ранее обращалось с заявлением об ускорении рассмотрения дела в порядке, установленном АПК РФ, заявление о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство по делу.

Не ранее чем через шесть месяцев со дня истечения срока, установленного федеральным законом для исполнения судебного акта, и не позднее чем через шесть месяцев со дня окончания производства по исполнению судебного акта, заинтересованным лицом может быть подано заявление о присуждении компенсации за нарушение права на исполнение судебного акта в разумный срок может в арбитражный суд до окончания производства по исполнению судебного акта.

Судьей не может рассматриваться заявление о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок, если он ранее принимал участие в рассмотрении дела, в связи с которым возникли основания для подачи подобного заявления.

Заявление о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок подается в арбитражный суд, полномочный рассматривать такое заявление, через арбитражный суд, принявший решение.

Арбитражный суд, принявший решение, в трехдневный срок со дня поступления такого заявления в арбитражный суд, обязан направить заявление о присуждении компенсации, вместе с делом в соответствующий суд.

Существуют определенные требования к заявлению о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок. Данные требования перечислены в ст. 222.3 АПК РФ.[4]

Судьей единолично, в пятидневный срок решается вопрос о принятии заявления о присуждении к производству арбитражного суда.

Арбитражный суд обязан принять к производству заявление о присуждении компенсации, поданное с соблюдением установленных АПК РФ требований к его форме и содержанию и вынести определение о принятии заявления к производству.

В случае если арбитражный суд установит, что заявление подано с нарушением требований, установленных ст. 222.3 АПК РФ, или не уплачена государственная пошлина, суд выносит определение об оставлении заявления без движения.

Копия определения об оставлении заявления о присуждении компенсации без движения направляется лицу, подавшему заявление, не позднее следующего дня после дня вынесения определения.

В случае если обстоятельства, послужившие основанием для оставления заявления о присуждении компенсации без движения, будут устранены в срок, установленный определением арбитражного суда,

заявление считается поданным в день его первоначального поступления в суд. В других случаях заявление считается не поданным и возвращается с документами в порядке, установленном ст. 222.6 АПК РФ.

О возвращении заявления о присуждении компенсации арбитражный суд выносит определение.

Копия определения о возвращении заявления о присуждении компенсации направляется заявителю вместе с заявлением и прилагаемыми к нему документами не позднее следующего дня после дня вынесения определения или по истечении срока, установленного арбитражным судом для устранения обстоятельств, послуживших основанием для оставления заявления без движения.

Определение о возвращении заявления о присуждении компенсации, может быть обжаловано в порядке и в сроки, которые установлены ст. 291 АПК РФ.

В случае отмены определения заявление считается поданным в день его первоначального поступления в арбитражный суд.

Арбитражный суд рассматривает заявление о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок в судебном заседании коллегиальным составом судей по общим правилам искового производства, предусмотренным АПК РФ, и в соответствии с ФЗ «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок».[5] Стороны, а также другие заинтересованные лица извещаются о времени и месте судебного заседания.

При подготовке дела к судебному разбирательству судья определяет круг заинтересованных лиц, в том числе орган, организацию, должностное лицо, которые не исполнили судебный акт в разумный срок, и устанавливает срок для представления ими объяснений, возражений и (или) доводов относительно заявления о присуждении компенсации. Орган, организация, должностное лицо обязаны представить объяснения, возражения и (или) доводы в срок, установленный арбитражным судом. Непредставление или несвоевременное представление объяснений, возражений и (или) доводов является основанием для наложения судебного штрафа в порядке и в размере, которые установлены главой 11 АПК РФ.

Необходимо отметить, что если ранее было вынесено постановление или решение Европейского суда по правам человека о том же предмете и по тем же основаниям, производство по делу также подлежит прекращению. [3]

По результатам рассмотрения заявления о присуждении компенсации суд принимает решение.

В решении арбитражного суда указывается на распределение судебных расходов, понесенных в связи с рассмотрением заявления о присуждении компенсации. Размер компенсации определяется арбитражным судом исходя из требований заявителя, обстоятельств дела, по которому было допущено нарушение, продолжительность нарушения и значимости его последствий

для заявителя, а также с учетом принципов разумности, справедливости и практики Европейского суда по правам человека.

Копии решения арбитражного суда направляются заявителю, в орган, организацию или должностному лицу, на которые возложены обязанности по исполнению судебного акта, в пятнадцатидневный срок со дня принятия такого решения.

Решение арбитражного суда о присуждении компенсации, вступает в законную силу немедленно после его принятия, подлежит исполнению в порядке, установленном бюджетным законодательством Российской Федерации, и может быть обжаловано в кассационную инстанцию.

Использованные источники:

1. Ланг П.П. Особый характер производства по рассмотрению арбитражным судом дел о компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок.//Вопросы экономики и права.2013.№12.с-35.
2. Симонов И.Д. Производство по делам о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.15 Место защиты: [Самарский государственный университет].- Самара, 2015.- 252 с.
3. Постановление ВС РФ и Пленума ВАС РФ от 23 декабря 2010 г.№30/64 "О некоторых вопросах, возникших при рассмотрении дел о присуждении компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок".
4. "Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации" от 24.07.2002 N 95-ФЗ (ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016)
5. Федеральный закон от 30.04.2010 N 68-ФЗ(ред. от 29.06.2015)"О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок".

Минибаев М.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ИСКУССТВО НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Аннотация: Статья посвящена искусству владения «невербаликой»,

т.е. умению правильно оценить поведение участников общения, их мимику, жесты, движения, позу, направленность взгляда и т.д. Это способность «считывать» невербальную информацию позволяет партнерам лучше понять друг друга.

Ключевые слова: невербальное общение, «язык жестов», мимика, жесты, поза, движение.

Любое общение предполагает взаимообмен информацией, и то, насколько полным и конструктивным будет этот обмен, зависит, как от вербальных коммуникаций, так и от невербального общения. К средствам невербальной коммуникации принадлежат жесты, мимика, интонации, паузы, поза, смех, слезы и т.д., которые образуют знаковую систему, дополняющую и усиливающую, а иногда и заменяющую средства вербальной коммуникации – слова.

Альберт Мейерабиан установил, что передача информации происходит за счёт вербальных средств на 7 %, за счёт интонации на 38 %, и за счёт мимики и жестов – на 55%. Профессор Бердсвилл, проведя аналогичные исследования, также выявил, что в среднем человек говорит словами только в течение 10 –11 минут в день, и каждое предложение в среднем звучит не более 2,5 секунд. Таким образом, словесное общение в беседе занимает менее 35 %, а более 65 % информации передаётся с помощью невербальных средств общения. Следовательно, значительная часть «коммуникативного айсберга» лежит под водой, в области невербального общения [1, с.72].

Поэтому для создания целостного представления о процессе общения важно учитывать невербальные способы взаимодействия партнеров, поскольку две трети информации о собеседнике мы получаем, наблюдая за его поведением. Это обусловлено тем, что невербальное общение включает более семисот тысяч *мимических и жестовых движений рук и тела*, что многократно превышает количество слов в нашем родном языке. Более того, «богатейший алфавит» неречевых «слов» говорит об истинном состоянии человека, т.к. имеет рефлекторную природу [2, с.96].

Умение правильно «читать» язык жестов и телодвижений дает большое преимущество тому собеседнику, который владеет подобными навыками. Более половины необходимой информации мы берем не из слов собеседника, а из его поведения, но при этом, жесты и слова нельзя воспринимать отдельно друг от друга.

Различаются три основных вида невербальных средств передачи информации (или их еще называют паралингвистические средства общения): фонационные, кинетические и графические.

К фонационным невербальным средствам относятся тембр голоса, темп и громкость речи, устойчивые интонации, особенности произнесения звуков, заполнения пауз (э, эм...).

К кинетическим компонентам речи относятся жесты, позы, мимика.

Графические невербальные средства коммуникации выделяются в

письменной речи.

Существующие в психологии интерпретации жестов изолировано рассматривать нельзя, так как один и тот же жест в разных ситуациях может означать совершенно иное отношение собеседника. Невербальные жесты в общении могут подтверждать слова собеседника, могут их опровергать, а могут быть обманными, но «читать» их следует совместно с позой, телодвижениями, взглядом и непосредственно с информацией, которую предлагает вашему вниманию собеседник.

В том случае, когда жесты подтверждают слова собеседника, происходит усиление вербальной информации, но если имеется разногласие между жестами и словами, то обращать внимание следует только на жесты, поскольку они несут больше информации [3, с.91].

В зависимости от ситуации, в которой происходит общение, поза собеседника может означать разное его отношение к объекту общения. Например, психологи отметили, что позы сильно уставшего человека и человека, критично относящегося к общению, во многом схожи, поэтому в данном конкретном случае надо внимательно отследить причины такого отношения человека к предмету беседы.

Впечатление мнимого негативного настроения на общение или сотрудничество создают люди, которые имеют высокий социальный статус, а так же люди пожилого возраста, которые хотят подчеркнуть свой жизненный опыт. Абсолютно все невербальные жесты в общении двух и более человек имеют некоторую эмоциональную окраску, которая, однако, может не отражаться в речевой форме, поэтому умение «видеть» через телодвижения истинную позицию партнеров по бизнесу приносит реальную выгоду при ведении переговоров.

Наше подсознание независимо от вербального общения отслеживает жесты и телодвижения собеседника, тем самым мы, не осознавая, начинаем доверять или сомневаться в искренности собеседника:

- Если ваш собеседник при всей живости вербального общения стремится до минимума сократить в беседе жестикуляцию, значит, он хотел бы скрыть истинную причину отношения к предмету беседы;

- Если ваш собеседник стремится соблюдать дистанцию между вами, держит статичную «положительную» позу, отводит глаза в сторону или его прямые взгляды коротки, сжаты, то, скорее всего, предмет беседы его напрягает, создает ему неудобства;

- Если собеседник чересчур злоупотребляет положительными жестами, как бы намеренно говоря о своем желании сотрудничать, и при этом, очень корректно говорит о цели своего визита, то вас может подстерегать неприятная перспектива отказа этого клиента или партнера от совместного ведения проекта в самый неподходящий момент [4, с.227].

Учиться понимать язык невербального общения важно по нескольким причинам. Во-первых, словами можно передать только фактические знания, но чтобы выразить чувства, одних слов часто бывает недостаточно. Чувства,

не поддающиеся словесному выражению, передаются на языке невербального общения. Во-вторых, знание этого языка показывает, насколько мы умеем владеть собой. Невербальный язык скажет о том, что люди думают о нас в действительности. И, наконец, невербальное общение ценно особенно тем, что оно спонтанно и проявляется бессознательно. Поэтому, несмотря на то, что люди взвешивают свои слова и контролируют мимику, часто возможна утечка скрываемых чувств через жесты, интонацию и окраску голоса. Невербальные каналы общения редко поставляют недостоверную информацию, так как они поддаются контролю в меньшей степени, чем словесное общение.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Язык жестов в деловом общении. /Актуальные вопросы профессиональной коммуникации в государственном и муниципальном управлении. Сборник научных статей научно-практической конференции. – Уфа: БАГСУ, 2010. – С.72 – 76.
2. Игебаева Ф.А. Деловые коммуникации в формировании коммуникативной компетентности современного специалиста агроуниверситета. // Репликация культуры общества в контексте профессионального образования. Книга 2. Коллективная монография. – Георгиевск: Георгиевский технический институт, 2013. – С. 78 –113.
3. Андреева Г.М. Общение как восприятие людьми друг друга отношения // Психология влияния – СПб.: Питер, 2001. – 190с.
4. Поваляева М.А., Рутер О.А. Невербальные средства общения. / Серия «Высшее образование». – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 352 с.

*Мостовая И.В., д.с.н.
профессор
Кожанова И.А.
ст. преподаватель
Высшая школа бизнеса
ЮФУ*

Россия, г. Ростов-на-Дону

МЕТОДИКА АКТУАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА В ПРЕПОДАВАНИИ ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН В КОЛЛЕДЖЕ И ВУЗЕ

Инновационные методы преподавания, гуманитарные дисциплины, активизация познавательной деятельности, учебные мультимедиа.

Усилить познавательную активность студентов можно при помощи методичного использования мультимедийных ресурсов и самостоятельных заданий в структуре академического занятия.

Innovative teaching methods; humanities; activation of cognitive activity; educational multimedia.

To strengthen students' cognitive activity can be using a systematic use of multimedia resources and independent assignments in the structure of the

academic classes.

Глобальной стратегической целью современной политики модернизации университетского и связанного с ним многоуровневого профессионального образования является формирование конкурентоспособных на мировых рынках труда и знаний научно-образовательных центров, органично интегрированных в социально-экономическое развитие своих регионов, обеспечивающих устойчивое воспроизводство востребованных специалистов, получивших академические знания и практические компетенции на основе синтеза образования с наукой и практикой. К приоритетным направлениям модернизации образовательной системы при этом следует отнести:

- индивидуализацию образовательных траекторий студентов на основе модульного построения учебного плана;
- ведущую роль различных форм самостоятельной работы в векторе реализации практико-ориентированного образования;
- внедрение междисциплинарных программ подготовки студентов по приоритетным направлениям;
- вовлечение студентов в программы профессионального образования более высоких уровней, включая непрерывную систему повышения квалификации после вступления в постоянную трудовую деятельность.

В условиях перехода к современной экономике знаний возникает противоречие между традиционным подходом к организации образовательного процесса и объективной потребностью в подготовке социально адаптированного, мобильного и компетентного специалиста. С одной стороны, профессионалы ратуют за сохранение фундаментальности российской национальной модели образования, а, с другой стороны, признают необходимость обеспечить его технологичность и коммерческую состоятельность.

Сегодня образование рассматривается не столько как общественное благо, ориентированное на всестороннее развитие личности, сколько как товар на рынке услуг. Платность профессионального образования еще больше подчеркивает его утилитарную ценность для "потребителя" (студента) и его "спонсора" (родителя). Хотя на практике такая инвестиционная модель образования проявляет себя амбивалентно, все противоречия проявляются особенно ярко в отношениях по освоению общегуманитарных компетенций и соответствующих академических дисциплин. Нельзя ведь однозначно сказать, что именно в этой зоне реализации образовательной программы преподаватель и образовательное учреждение в целом могут обеспечить собственную конкурентоспособность и заработать материальные средства при условии согласованности требований академического сообщества и работодателей. Напротив, она

явно остается частью пространства конструирования и потребления общественных ценностей и благ.

Все присущие высокой цели признаки фундаментальной направленности процесса обучения, стремления к высокому качеству социального и гуманитарного образования в существенной степени воспринимаются как избыточные, непрактичные, искусственно навязываемые и вследствие этого весьма часто в той или иной степени отвергаются потребителем. Они в хорошем и в плохом смысле выступают как дань культурной традиции – и по форме, и по содержанию.

Характерными особенностями традиционного подхода к организации образовательного процесса можно считать:

- 1) перегруженность учебных программ фактическим материалом, не оказывающим существенного влияния на понимание изучаемых явлений;
- 2) преимущественно лекционную подачу материала в форме монолога, приводящую к механическому запоминанию и воспроизведению информации;
- 3) субъективную оценку учебных достижений, не способствующую формированию внутренней мотивации обучающихся.

Ничего иного, как переход на другие технологические рельсы, на смену вектора, нельзя предложить для улучшения ситуации. Студент в рамках учебных дисциплин социально-гуманитарного цикла должен быстрее всего научиться учиться, самостоятельно ставить вопросы, формировать поисковые учебные задания, находить путь обучения, прокладывая к ответу авторский информационный маршрут. В помощь мы привлекаем общие основы новой модели и практики обучения.

Компетентностная направленность образовательной системы предполагает:

- 1) модульное построение учебных программ на основе содержательно значимых структурных элементов;
- 2) преимущественно самостоятельную работу студентов, использующих педагогическую поддержку преподавателей;
- 3) объективную оценку учебных достижений с помощью стандартизованных дидактических тестов, стимулирующих внутренние мотивации обучающихся.

Мы понимаем, что компетентностно-ориентированное образование требует коренного изменения основных дидактических принципов, включающих в себя организационно-методическое построение образовательных и учебных программ, обеспечение качества обучения на основе разработки учебных модулей и прозрачных для самих обучающихся стандартизованных способов оценивания достижений студентов.

Внедрение современных образовательных технологий приводит к переносу акцента с процесса обучения на его результаты. При этом преподаватель приобретает дополнительные функции разработчика дидактического обеспечения учебного процесса. Приоритет

самостоятельной работы обучающихся приводит к приданию динамики процессу реализации образовательных программ и мониторинговым исследованиям.

На своих занятиях мы эксплуатируем приемы организации самостоятельной работы в режиме небольших практических заданий последовательно и систематически. Это не только позволяет формировать и закреплять у студентов новые навыки, включая исследовательские, но и реализовывать проектные стратегии, выстраивая последовательные цепочки задач и решая проблемы научения эффективным профессиональным моделям обмена деятельностью.

Такой подход дает и чисто технический выигрыш, позволяя непрерывно "мониторить" учебные достижения и в индивидуальной, и в сравнительной прогрессии, а также психологически мотивировать студентов на включенность в процесс обучения, соревновательность, повышенный учебный самоконтроль – не говоря уже о том, что простые инструменты электронных журналов дают возможность родителям студентов колледжа и младшекурсников, не до конца адаптированных к университетской академической ответственности, отслеживать успехи обучающихся и в унисон с педагогами корректировать отклонения от успешного освоения программы.

Компетентностно-ориентированная образовательная система позволяет осуществить технологический прорыв в подготовке конкурентоспособного, востребованного на рынке труда, высоко квалифицированного специалиста. Возможность этого обусловлена качественными, тщательно проэкспертированными образовательными практиками; широким применением современных информационно-коммуникационных технологий и индивидуализацией образовательных траекторий студентов; всесторонней поддержкой и ресурсным обеспечением практико-ориентированных учебно-научных проектов; а также активизацией процессов разработки и внедрения принципиально новых учебно-методических ресурсов – в первую очередь, мультимедийных.

Для гуманитарных дисциплин это учебные и научные фильмы, аудиозаписи, фотопрезентации. Но мы их используем не только как дидактический продукт, который привлекает внимание студентов современностью и привычностью потребляемой формы. Мы практикуем вовлечение студентов в создание таких разработок, которые становятся модельными образцами учебных заданий и одновременно составляют банк учебных результатов (частичных, промежуточных – но одновременно обладающих собственной завершенностью, смыслом и локальным значением). На этом пути есть множество методических результатов и открытий, которые требуют самостоятельного дальнейшего изучения.

*Мостовая И.В., д.с.н.
профессор
Исаева М.А., к.ф.н.*

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Управление персоналом, трудовые отношения, социальные изменения, корпоративные отношения.

Экономическая депрессия влияет на корпоративные процессы. Оптимизация персонала и эффективное управление трудом становятся более востребованными.

Human resource management, labor relations, social change, corporate relations.

Economic depression affects the corporate processes. Optimization of staff and effective management of labor becomes more important.

Социальное наполнение менеджмента, его особые управленческие принципы и приемы, построенные на мотивации, профессионализации и организации эффективного коллективного взаимодействия позволили не только обеспечить взлет национального производства многих развитых стран, но и внедрить новые модели управления в другие сферы общественной жизни. Сегодня в среде теоретиков и профессиональных управленцев всего мира сформировалось ясное представление о том, что управление – атрибут не только собственно производства, но и других организационных структур институционального типа, которым в первую очередь свойственна корпоративность.

Еще два десятилетия назад в большинстве стран с развитой индустриальной технологией и высоким уровнем жизни господствовала технократическая философия и практика управления производством. Считалось, что задачи экономического развития и проблемы конкуренции можно эффективно решать с помощью внедрения передовой техники и технологии. Внимание предпринимателей и научных специалистов было приковано к проблемам технологических инноваций, которые рассматривались как своеобразная экономическая панацея. Казалось, что разработка и внедрение технических новшеств будет обеспечивать и рост качества продукции, и повышение производительности. Однако лидеры освоения новых технологий довольно быстро оказались в очень разных ситуациях, обусловленных их отношением к приоритетам человеческого капитала и тех организационных форм труда, которые таким приоритетам соответствуют.

Более того, глобальные процессы мирового экономического развития в последние десятилетия показали, что национальное производство может очень успешно развиваться и соперничать с мировыми экономическими центрами даже в тех странах, которые по всем теоретическим канонам никак

не могли вырваться на столь высокий уровень, поскольку характеризовались низкими издержками на рабочую силу. И их успех тем более значителен, что аналитики отмечают процесс формирования новых центров мировой экономики, которые складываются в тихоокеанском поясе “молодых драконов” – динамичных новоазиатских стран. Именно они впервые продемонстрировали победы загадочного "корпоративного духа" как производительной силы. С тех пор стратегическое инновационное управление производством, основанное на интеграции человеческого капитала в солидарных организационных формах стало важнейшей частью национального достояния любой страны.

Японцы, вступившие на путь мировой экономической конкуренции всего чуть более полувека назад, в соответствии с логикой национального мировоззрения внимательно присматривались к будущим соперникам, и сделали выводы, которые экономический идеолог и основатель фирмы “Панасоник” Р.Мацусита сформулировал примерно так: “Мы выиграем в конкурентной борьбе, а индустриальные страны Запада проиграют. Причина поражения коренится в них самих, ибо их компании построены и функционируют по Тейлору, когда менеджеры думают, а рабочие закручивают гайки.” Японцы сэкономили необходимую энергию на предотвращении конфронтации, которую порождает технологически эффективная, но социально отчуждающая модель организации производства – и реализовали на своих предприятиях во всем мире (то есть не только среди рабочих-японцев) модель сотрудничества. “Социальная” технология корпоративного строительства оказалась более экономичной.

Необходимым условием развития творчества является свобода, поэтому специалисты по инновационному социальному управлению так много внимания уделяют анализу проблемы автономности в труде. Формируя солидарность и поддерживая самоотверженность в служении интересам фирмы, многие корпорации вырабатывают “внутреннюю идеологию”, собственный “моральный кодекс”, и это позволяет работникам упрочить свою корпоративную идентификацию, повысить групповой статус. Но они идут вперед не только в организации духовной, но и материальной солидарности. Политика социально-экономической интеграции работника в систему производственных отношений, преодоление социального отчуждения реализуется через изменение отношений собственности путем их участия в прибылях, распределения акций, создания пенсионных фондов, организации внутренних венчуров, финансируемых фирмой для коммерческой реализации изобретений собственных служащих. Все эти практические шаги – результат зачастую болезненного переосмысления управленческих ошибок и пережитых социальных провалов.

Процесс развития управленческих инноваций нельзя в строгом смысле считать имманентным, поскольку он обусловлен вызовами со стороны управляемой системы и еще в большей мере – со стороны конкурентной среды. Более того, изменение системы организации и управления

производством происходит на практике под влиянием преимущественно кризисных состояний, когда традиционные методы регулирования оказываются неэффективными. Именно локальный или общесистемный кризис производства вызывает осознанную реакцию менеджмента, поскольку требует изменения самой стратегии развития организации в целях выживания.

Антикризисный характер инновационного управления имеет глубинную социальную подоплеку, а его реализация связана с проблемой выживания общественной системы – идет ли речь о “нации” или же о “корпорации”. В противном случае политики и ученые (а не только производители) стабильных развитых стран не испытывали бы беспокойства из-за конкуренции с более динамичными экономическими системами: ведь технологический или чисто экономический проигрыш не ставит под угрозу существование нации, не может коренным образом повлиять на уровень жизни ее граждан. Однако изменить культурные стандарты, снизить пафос национальной идеи, изменить общие ценности поражение в мировой конкурентной борьбе вполне способно, то есть потеря темпов экономического роста может привести не просто к кризису производства, а к глубокому социальному кризису, как уже дважды произошло в XX веке в России.

Российская экономика в последние годы стала испытывать специфические затруднения роста, проявились кризисные элементы, что постепенно начинает затрагивать сектор профессиональной занятости, оказывает свое влияние на технологии внутрипроизводственной организации и мотивации труда. В текущий период и регуляторы, и крупные производственные агенты солидарны в сосредоточенном купировании социальных проблем, связанных с оплатой труда и сохранением рабочих мест. Всё вместе создает и потенциалы, и риски, которые будут своеобразно отыгрываться по мере изменения экономической ситуации.

Тем не менее необходимо учесть, что современное крупное и среднее, в том числе экспортоориентированное, производство в России к настоящему времени сложилось и существует в корпоративной форме, которой свойственны некие родовые черты, непосредственно влияющие на модель управления персоналом. Важнейшей такой особенностью является долевая собственность и свободный оборот этих долей в виде акций на рынке. Практически это означает необходимость формализации большинства процедур, статусов и процессов, а также открытость информации для объективного отслеживания параметров развития предприятия – как самими инсайдерами, участниками, так и наблюдателями, аналитиками и потенциальными совладельцами. В подобных условиях участниками информационных процессов становятся не только сособственники, но и работники.

В соответствии с этим мы наблюдаем такие элементы организации трудовой среды как доведение миссии, регламентов, целевых показателей,

тщательно проработанных должностных инструкций, процедур контроля, включая контроль качества и производительности, автоскрининг и стимулирование. Чем более развернутую сеть предприятий представляет собой корпорация, тем больше формализованы в ней все институциональные элементы и стандартизированы процедуры. Это хорошо и удобно для координации работников и работ в стабильной ситуации поддержания или равномерного наращивания производства, но становится барьерной проблемой в кризисе или в периоде флуктуаций (волатильности). Нестабильность часто требует рывковых, неоднаправленных усилий, что вызвано попытками найти новые направления производства или сбалансировать некие провалы отдельных направлений сложившейся активности.

Если в стабильные периоды развития корпорации система стимулирования труда должна быть относительно консервативной, стандартной, открытой и понятной, чтобы к ней можно было скорее адаптироваться и сориентироваться в трудовой деятельности на конкретные инструменты и объемы поощрения, то в динамичные периоды перемен, особенно связанных с деструкцией или управляемым снижением экономической активности предприятия, требуется специфическая селекция инструментов мотивации и поощрения эффективности труда, которая сокращает их набор, предопределяет гибкость в использовании и замене стимулов, предполагает большую закрытость и индивидуализацию.

Подобные изменения, несмотря на их довольно универсальный характер, прямо связывают производственную и кадровую политику предприятия. Главной задачей в кризисный период развития является уже не максимизация прибыли, а с ней все виды экономической интервенции, которые может осуществить корпорация. Важнейшей из задач является эффективная адаптация к кризисным условиям и сохранение потенциалов позиционирования на рынке, основных ресурсов, в числе которых, конечно же, на первых позициях человеческий капитал. Мы все прекрасно помним кризисы постсоветского экономического развития, утрату и распыление кадровых составов крупных производств, и тяжкие сетования на состояние дел в сфере рекрутинга и организации труда представителей топ-менеджмента, включая целый слой кризисных управляющих. Не забываем тот длинный, трудоемкий и капиталоемкий путь восстановления системы профессиональной подготовки и возрождения наставничества, формирования новой сети и площадок корпоративного обучения, которые на сегодня прошли крупные предприятия и отраслевые объединения. Это далеко не завершенный процесс и имеющийся сегодня набор возможностей, к сожалению, не решает полностью объем стоящих задач и тем более не отвечает на новые вызовы последних нескольких лет.

Базовый вопрос – насколько удастся сохранить профессиональный костяк трудового коллектива, без чего его эффективное функционирование будет нарушено и подорвана конкурентоспособность, как актуальная, так и

проектируемая. Ведь при избытке предложения качество продукции (а оно тем выше связано с качеством труда, чем технологичнее производство) становится одним из основных конкурентных недостатков или преимуществ. Здесь важно поддержание качества условий труда, уровня его оплаты и других стимулов, а также представления о личных перспективах на том достойном уровне, который соответствует по сути уровню профессиональной монополии "незаменимых" или "крайне нужных предприятию" работников. Поскольку отношение к такого рода сотрудникам персонифицировано, должна быть создана система персональных стимулов, еще в большей степени индивидуализирован трудовой контракт. Нужна также система неформальной поддержки трудового стимулирования, позволяющая гибко менять инструменты.

Не менее важная проблема – процесс замещения рабочих мест и стимулирование труда массовых категорий работников. Для них, к сожалению, кризис – вдвойне проблемная пора. Во-первых, усиливается профессиональная конкуренция и насыщается ее поле, во-вторых, приходит время приоритета негативных стимулов, что неизбежно порождает депривацию. Профессиональное самоуважение приобретает все оттенки неуверенности, возникают квалификационные страхи, подкрепляемые взятым наперевес кнутом квалиметрирования, которым начинает размахивать практически каждый корпоративный работодатель в попытках повысить эффективность труда. Актуализируются "пугающие" социальные аскрипции, связанные с возрастом, полом, происхождением, даже с этнической и религиозной принадлежностью, поскольку в кризис даже в высокоинституционализированных средах явно проявляется оскал примордиализма, когда большинство лиц, принимающих кадровые решения, в той или иной степени сосредоточиваются на приоритетах поддержки себя и "своих".

Применительно к массовым, замещаемым, не штучным производственным позициям, таким образом, возникают две системы взаимоисключающих требований, одна из которых представляет собой сверхформализованную, отчужденно-инструментальную, обезличенную линейку вмененных "показателей", которая часто становится не только прибором мониторинга трудовой эффективности, но и оценивания с переводом в коэффициенты оплаты труда (ничего личного, только полная справедливая объективность), а другая является прямо противоположной по сути интуитивно отслеживаемой, персонально ориентированной матрицей идентификаторов и стигматизаторов системы "свой – чужой", которая еще в меньшей степени ориентирована на производственные задачи, но оценивается конкретными менеджерами как важнейший фактор стабильности фирмы, олицетворенной их личным участием.

Такого рода противоречия должны быть учтены и купированы с помощью специально применяемых технологий, с участием контроля собственников. Это требует и применения более широкого и гибкого набора

стимулов, а также постоянного системного мониторинга качества, который позволяет отслеживать разнообразные изменения в развитии трудовых процессов и эффективности производства в целом.

Как известно, корпоративные системы управления трудом накопили и апробировали обширную палитру подходов и инструментов, позволяющих обеспечивать производственные процессы живым профессиональным участием в самых разных условиях. Нам представляется чрезвычайно важным продолжать изучать эти подходы, их специфическую комбинаторику, возможности эффективного применения в современных российских условиях, на разных отраслевых площадках, с региональной и поселенческой спецификой. Очень интересны системы стимулирования труда и трудового поведения, связанные с этим области принятия решений. Цена ошибки в избранной стратегии очень высока, изменение систем мотивации труда должно быть хорошо продуманной и проэкспертированной внутренней политикой, ориентированной на сохранение и повышение производительности, эффективности и конкурентоспособности конкретного производства.

Полагаем, что научный анализ, описание и обобщение опыта, попытки моделирования локальных систем и проектирования стратегий корпораций принесет результаты, востребованные не только академической наукой, но и практикой. Так, исследование изменений в механизме трудовой мотивации одного из крупных учреждений Юга России, дало возможность выявить связь применения конкретного кластера мотиваторов с нарушениями модели замещения рабочих мест, механизмов трансляции ценностей профессионально-культурной среды, трудового этикета коллектива, что, вероятно, даже в краткосрочном периоде скажется на его интегральной продуктивности.

В целом ряде своих исследований мы изучаем и проверяем продуктивную, как представляется, гипотезу о том, что культуральные процессы, инструменты и технологии достижения корпоративной эффективности в период существенных изменений становятся важнейшими. Однако многие теоретики и практики концентрируются в этот период на мобилизационных технологиях и подходах. Это кажется естественным на этапе, когда вынужденно сокращается численность занятого персонала, снижаются уделяемое корпорациями внимание и бюджеты на обучение сотрудников, падает востребованность бизнес-образования в целом, концентрация конкурентных усилий перетекает из сферы диверсификации в фокус контроля операциональной эффективности. Но вот субъективная сосредоточенность руководителей в период кризиса на проблемах недостатка квалифицированного персонала как преобладающая над многими актуальными другими говорит больше в пользу нашей гипотезы, как и относительно большая устойчивость тех предприятий, где развита пресловутая "корпоративность".

Муртазина И.А.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИНЫ И СЕМЬЯ

***Аннотация:** В статье рассматривается проблема выбора женщиной между построением успешной профессиональной карьеры и посвящением себя семье и детям. Автор подчеркивает необходимость формирования в обществе более адекватного восприятия женщин, желающих одновременно реализовываться и в семейном, и в профессиональном плане.*

***Ключевые слова:** женщина, профессиональная карьера, профессиональный цикл, семья.*

За сравнительно короткий исторический период женщина вышла за рамки своей традиционной роли хозяйки, матери, жены. Женщина стала стремиться к реализации своего потенциала за пределами дома и очень часто становится хозяйкой своего собственного дела. Однако расширение границ социальной активности современных женщин неизменно сопровождается конфликтом между семейными и профессиональными ролями.

Современные реалии складываются таким образом, что женщина в обществе нередко стоит перед выбором: семья или карьера. Часто женщины работают потому, что им нужны деньги. Однако, как показывают социологические исследования, многие женщины, работающие из-за экономической необходимости, не бросили бы ее, даже если вдруг перестали бы нуждаться в деньгах. Как пишет Дойл, «деньги имеют не только материальную ценность, они дают их владельцу вес в обществе и чувство собственного достоинства. Женщины открыли истину, которую мужчины знают уже давно: наше общество оценивает человека и его дела по тому, сколько он зарабатывает» (Doyle, 1983). Другими словами, многие женщины хотят работать (или можно сказать, что им это нужно). К тому же статистические данные свидетельствуют о том, что в нашей стране женщин с высшим и средним специальным образованием гораздо больше, чем мужчин, а это значит, что, жены в среднем образованнее своих мужей. И, конечно, женщина получает высшее образование вовсе не для того, чтобы впоследствии стать дипломированной домохозяйкой, она должна работать, дабы реализовать свои способности и возможности [1, 34-35].

Вопрос выбора жизненной стратегии для многих женщин равноценен вопросу выбора между семьей и карьерой. Так ли это на самом деле? Предполагает ли удачно сложившаяся карьера неустроенность в семейной жизни, и наоборот, счастливая семейная жизнь оставляет ли возможность для такой же успешной профессиональной реализации? Степень влияния семейного статуса женщины на ее профессиональную карьеру – это вопрос о шансах, которые имеют ориентированные на профессиональный рост замужние женщины, имеющие детей.

Исследования показывают, что профессиональный цикл женщины

строится иначе, чем профессиональный цикл мужчины [2, 90]. У мужчин наиболее интенсивный профессиональный рост наблюдается в первые 5 лет после вступления в брак. У женщин более высокие темпы профессионального роста приходятся на второе десятилетие после вступления в брак. Эта разница напрямую связана с наличием маленьких детей в семье. Один из способов, которым советское общество, семья и сама женщина пытались разрешить этот конфликт, был связан с возникновением особого типа «женщины-работника», которая существует в условиях заниженных профессиональных критериев и не ориентирована на профессионализм, достижения и успех, в то время как желание делать карьеру связывалось с «мужским» самоутверждением в обществе и «допускалось» для незамужних женщин, как бы оправданное тем, что они не достигли «главного» в своей жизни. При этом, по мнению многих работодателей, женщина, не имеющая мужа, не в состоянии сконцентрировать свои интересы на работе, так как главной ее целью является создание семьи, а интересы производства приносятся в жертву этой цели.

Таким образом, как замужним, так и незамужним женщинам, ориентированным на профессию и карьеру, приходится преодолевать сопротивление общества идее личной карьеры вообще и женской карьеры в частности. Статус незамужней женщины является при этом «отягчающим обстоятельством». Профессиональная ориентация незамужних женщин близка к мужской установке на карьеру, но это не столько сознательный личный выбор, сколько «вынужденная» ориентация. Она усиливается тем, что сам тип профессионально ориентированной женщины еще только формируется в российском обществе. Он столь же мало известен, как и тип домашней хозяйки, который рождается из компромисса «работающей женщины и матери» [3, 57].

Внутренняя картина жизненной реализации у карьерных женщин говорит о присущей им адекватности в оценивании собственных возможностей и достижений. Картина жизненной реализованности у женщин группы «работа – семья», напротив, свидетельствует о недостаточно адекватном самостоятельном определении степени своей жизненной реализованности. Женщины группы «работа – семья» уделяют мало внимания анализу собственных возможностей и достижений. Современное российское общество все еще полно стереотипов, большая часть которых оказывает влияние на девочек уже на ранних этапах их социализации. Именно поэтому многие женщины видят свою роль только в служении мужу и детям, полностью исключая из своего жизненного плана удовлетворение собственных интересов.

Таким образом, необходимо формирование в обществе более адекватного восприятия женщин, желающих одновременно реализовываться и в семейном, и в профессиональном плане. На сегодняшний день отсутствие подобного восприятия приводит, в частности, к сознательной

бездетности женщин с высокой карьерной ориентацией.

Массовое распространение стереотипов в обществе приводит к тому, что «даже если женщина и способна к карьере, отличной от той, которая задана стереотипом, ее мысль о карьере созревает относительно поздно и потому она упускает много времени, а любые притязания на карьеру с ее стороны воспринимаются как вызывающие и мешающие выполнению той ее функции, которая считается основной, – функции продолжения рода и поддержания домашнего очага» [4, 138]. Материнство и заботу о семье часто представляют как препятствие для женщин в тех областях, для которых характерна конкурентная борьба.

Безусловно, профессиональная деятельность – это одна из сфер самореализации личности, когда человек имеет возможность раскрыть и проявить свои способности, личностные и профессиональные качества, добиться признания своей неповторимости, значимости для других людей и для общества в целом [5, 118]. Неготовность женщины пойти на определенные жертвы ради карьеры, несомненно, создает препятствия ее карьерному продвижению. Но, несмотря на влияние гендерных паттернов, существующих в обществе, женщина в конечном итоге сама принимает решение о выборе того или иного пути самореализации.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Профессиональная карьера женщин на фоне «гендерного неравенства» // Современные проблемы мировой науки – 2014. В сборнике: *Strategiczne pytania światowej nauki - 2014 Materiały X międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji*. 2014. С. 34-40.
2. Попова Л.В. Проблемы самореализации одарённых женщин // Вопросы психологии, 1996, № 2. – С.87 – 96.
3. Чирикова А.Е. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний//Социс, 2003, №1 – С.56 – 60.
4. Бондаренко Л.Ю. Роль женщины от прошлого к настоящему // Общественные науки и современность. 1996, № 6. – С.133 – 140.
5. Игебаева Ф.А. Проблема моббинга и профессиональная карьера // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Материалы Международной научно-практической конференции, ТОМ 1, в 2-х томах. Курск, 2011. С.118 – 119.

Мухамедзянов М.М.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

СОВРЕМЕННЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА СВЯЗИ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Аннотация: Статья посвящена достаточно актуальной теме – современным электронным средствам коммуникации. В настоящее время

чтобы эффективно пользоваться самыми современными средствами коммуникации, необходимо иметь представление не только об их технологических коммуникативных возможностях, но и об особенностях делового общения с их применением.

Ключевые слова: деловое общение, телефонная связь, факсимильная связь, электронная почта, интернет.

В деловом мире в условиях обострения конкуренции деловое общение становится важным фактором, определяющим успех деятельности не только отдельного человека, но подчас и целой фирмы, организации. Опытный руководитель тратит большую часть рабочего дня не только на решение финансовых, технических или организационных проблем, но и на решение психологических задач, возникающих в процессе общения с партнёрами по бизнесу, потребителями, клиентами, сотрудниками внешних организаций, подчинёнными, коллегами, начальством. Современный человек, работая в сложной коммуникативной среде, использует весь коммуникативный арсенал – от устной передачи информации до использования современных средств коммуникации. К средствам коммуникации, используемым в деловой практике, относятся:

- телефон и мобильный телефон;
- факсимильная связь;
- электронная почта;
- Интернет [1, с.89].

- *Телефонная коммуникация*

Сейчас телефонные переговоры – важнейшая часть человеческого общения вообще. Но особое значение они приобретают в деловом общении. Подсчитано, что деловые люди тратят на телефонные переговоры от четырех до двадцати пяти процентов своего рабочего времени. Благодаря телефону повышается оперативность решения огромного количества вопросов, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или ехать в другое учреждение, на предприятие или фирму. Телефонная связь обеспечивает двусторонний непрерывный обмен информацией на любом расстоянии.

Значение телефонного общения для современных деловых людей трудно переоценить, поскольку это самый простой способ быстрого установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. По телефону ведутся важные переговоры, назначаются встречи, даже заключаются сделки. Умение деловых людей грамотно вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на репутацию фирмы, организации, предприятия, которую они представляют. Соблюдая правила этикета при телефонном разговоре, вы демонстрируете не только свой деловой профессионализм, но и общую культуру, образованность [2, с. 48].

Телефон – наш деловой партнер, сотрудничество с которым требует определенных этикетных знаний. Практика показывает, что даже беглое ознакомление с правилами телефонного этикета и техникой телефонных переговоров значительно улучшает качество работы в этой области деловых

отношений. Иногда достаточно разъяснить самые типичные ошибки, и многие проблемы, связанные с эффективностью взаимодействия с клиентами компании, ее деловыми партнерами и корпоративным имиджем, исчезают, позволяя корректировать и совершенствовать стиль делового поведения.

Будьте вежливы в общении, и тогда оно доставит массу удовольствия вам и вашему собеседнику [3, с.110-111].

- *Факсимильная связь*

Факсимильная связь вносит свой вклад в принятие решений за счет быстрой и легкой рассылки документов участникам группы, решающей определенную проблему, независимо от их географического положения. Главное преимущество факсов – скорость и возможность передачи информации, которую нельзя передать словами (большой объем, графика, подписи и т.д.).

- *Электронная почта*

Один из самых современных, эффективных и надежных способов передачи информации – это связь, осуществляемая с помощью коммуникационных компьютерных сетей. Компьютер, включенный через модели в единую сеть телефонных или спутниковых каналов связи, существенным образом расширяет возможности оперативной связи.

Электронная почта – эффективное средство для деловых общений. Этот вид связи, особенно внутри компаний, становится главным в современной рабочей среде, постепенно вытесняя бумажные носители. Миллионы людей во всем мире уже имеют электронные адреса, а деловой человек получает в среднем до 30-40 сообщений в день!

- *Интернет*

Влияние интернета на нашу жизнь все более и более возрастает. В настоящее время пользователей Интернет около 258 миллионов. 3,6 миллионов новых Веб страниц появляется каждые 24 часа.

Интернет – это уникальное средство общения, удаляющее расстояния, создающее единое информационное пространство в мире. Быстрое общение, быстрый обмен информацией дает возможность координации усилий и возможность совместной работы.

Интернет – это инфраструктура, посредством которой можно

- передавать, принимать информацию, управлять ею и представлять ее;
- применять классические правила бизнеса;
- обеспечивать доступ к интеллектуальному достоянию всего мира;
- обеспечивать связь между людьми и народами;
- обеспечивать быстрые методы ведения дел [4].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что в современном мире использование новейших и уже устоявшихся технических средств деловых коммуникаций является необходимым профессиональным навыком

для многих деловых профессий: менеджеров, экономистов, руководителей. Эти профессиональные навыки являются ключевыми в ведении деловых переговоров.

Использованные источники:

1. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко – М.: Юрайт, 2013. – 468 с.
2. Игебаева Ф.А. Этикет делового телефонного разговора // Развитие предприятий, отраслей, регионов России. Сборник статей IV Всероссийской научно-методической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2011. С. 48 – 50.
3. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
4. Технологические средства коммуникации [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://repetitora.com/tehnologicheskie-sredstva-kommunikacii> / (10.02.2016).

Мытников А.Н.

старший преподаватель

кафедра компьютерных технологий

Мытникова Е.А.

старший преподаватель

кафедра компьютерных технологий

Семенов Д.А.

магистрант

ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный университет

им. И.Н. Ульянова»

Россия, г. Чебоксары

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ТРУДА

Аннотация: Проводится исследование теоретических положений рынка труда, определение особенностей функционирования и развития рынков труда в условиях современной информатизации и глобализации экономики; выявление влияния инноваций на повышение эффективности рынка труда; выявление проблем на современном рынке труда. Для исследования данной проблемы применяются такие методы как теоретический анализ и обобщение научной литературы, периодических изданий, материалов сети Internet; наблюдение, системный и статистический анализ, синтез главных компонентов, маркетинговые исследования.

Ключевые слова: рынок труда, информационные технологии.

INFLUENCE OF INFORMATION TECHNOLOGY ON THE MODERN LABOUR MARKET

Abstract: *A study of theoretical positions of the labor market, the definition of the functioning and development of the labor markets in the conditions of modern information and economic globalization; identify the impact of innovation on improving the efficiency of the labor market; identification of problems in today's job market. To investigate this problem, apply methods such as theoretical analysis and synthesis of scientific literature, periodicals, materials of Internet network; surveillance system and the statistical analysis, the synthesis of the main components, market research.*

Keywords: *labor market, Information Technology.*

Рынок труда - это динамическая система, комплекс социально-трудовых отношений по поводу условий найма, использования и обмена рабочей силы на жизненные средства, включает в себя механизм самореализации, механизм спроса и предложения и функционирует на основе информации об изменении цены труда (заработной платы) [4].

На современном этапе в системе рыночной структуры весомая роль отводится рынку труда. Механизм рынка труда обеспечивает обнаружение и согласование спроса и предложения рабочей силы, обеспечивает экономику необходимой рабочей силой, опосредует процесс трудоустройства населения [4].

Сегодня изменения в любой технологии проходят гораздо быстрее, чем в недавнем прошлом. Например, внедрение колеса требовало столетий, автомобиля - десятилетий, а современные информационные технологии (ИТ) меняются каждые 2-3 года [6].

Человечество в своем развитии предполагает активное использование интеллектуального потенциала современного общества, высокий уровень информационного обслуживания, доступность источников достоверной информации и т. п. Информатизация общественного развития обусловила преобразование производства новых технологий на ключевой фактор прогресса, в результате чего происходит вытеснение промышленной индустрии сферой услуг, изменение природы и системы управления производством, превращение профессионализма в один из главных параметров развития.

Влияние ИТ на экономику настолько значительно, что трудно найти ту отрасль хозяйственной деятельности человека, где бы не проявлялось их действие. Стремительное развитие ИТ повлияло и на важную составляющую мировой экономики - рынок труда.

Понятие рынок труда выражает наиболее глубокую суть товарно-денежных социально-трудовых отношений по поводу условий найма и использования работников в общественном производстве: это отношения обмена функционирующей рабочей силы (труда) на жизненные средства, реальную заработную плату на основе законов спроса и предложения, стоимости рабочей силы, предельной производительности труда и

конкуренции. Оно представляет собой основу для формирования заработной платы, а также более точно характеризует рыночные отношения в социально-трудовой сфере [4].

Под влиянием научно-технической революции темпы изменения новых поколений техники начали намного превышать темпы смены поколений работников. Современная информатизация экономики выдвигает новые требования к рабочей силе. Повысились требования к уровню образования и интеллекта работников. Образование влияет на рынок труда, ведь оно способствует повышению производительности труда и позволяет выполнять работу, которую невозможно было бы выполнить, не имея определенных знаний и навыков [1]. Интеллект не является эквивалентом образования. Интеллект - это способность нетрадиционно мыслить, находить принципиально новые решения. И именно интеллект будет главным решающим фактором в решении проблем рынка труда в будущем [3].

На рынке рабочей силы (труда) возможна ситуация, когда спрос на определенную специальность отсутствует и возникает необходимость в переподготовке и поиске работы по новой профессии [1].

Спектр возможного применения информационных технологий постоянно расширяется, охватывая все новые сферы человеческой жизни. Значительные изменения под влиянием ИТ испытывает экономическая система, и особенно, рынок труда и сфера занятости. Благодаря им развиваются новые формы взаимодействия на рынке труда, появляются и динамично модифицируются инновационные формы занятости, происходят качественные изменения методов работы [6].

Информационные технологии постоянно находятся в состоянии динамического развития, являясь важнейшим средством повышения эффективности управления практически во всех сферах человеческой деятельности [7].

Становится все более распространенным виртуальный рынок труда, на котором у каждого индивида есть неограниченные возможности для поиска и предложения работы, которые осуществляются в киберпространстве между работодателями, работниками и посредниками являются специализированные интернет-сайты, корпоративные сайты компаний и сайты сетевых кадровых агентств.

Наряду с безусловно положительным влиянием на рынок труда, информатизация экономики может нести и определенные сложности. Они варьируются в зависимости от технологий, структуры рынка, специфики отраслей. С одной стороны, совершенствование технологий часто приводит к сокращению рабочих мест, поскольку оборудование и техника становятся все более «интеллектуальными» и предусматривают меньшее количество занятого на нем персонала. С другой стороны, происходят значительные изменения в структуре занятости, возникают новые рабочие места, исчезают или модифицируются некоторые старые профессии [2].

Основные аспекты влияния ИТ на труд - это

- повышение производительности труда;
- автоматизация производства;
- сокращение рабочего времени и увеличение его на досуг.
- сокращение сроков обучения за счет интеллектуализации самого процесса обучения.

ИТ повысили уровень комфорта и безопасности работы и позволили организовать ее на качественно новом уровне. Теперь можно работать, не выходя из дома и получать зарплату на свой счет в банке.

Все большая часть населения мира поглощается информационной деятельностью и обслуживанием. В то же время широкое внедрение ИТ может обусловить появление огромной массы «лишних людей», лишь часть из которых сможет приспособиться к новой информационной экономике.

Именно на этой основе зарождается новая тенденция мирового рынка труда - развитие дистанционных форм занятости, или «виртуальная миграция».

Дистанционная занятость делает рынок труда более гибким. Работники могут применить свои способности более эффективно. Кроме того, она меняет характер рабочих мест: они все больше оснащены компьютерной техникой, используемой не для производства товаров, а для обработки разного рода информации; благодаря развитию ИТ время и расстояние перестают быть барьерами на пути развития занятости, нет необходимости создавать для наемных работников оборудованные рабочие места. Под дистанционной занятостью понимают не только работу дома вместо офиса. Это может быть работа недалеко от дома в специальном офисном центре; работа распределенного коллектива, когда различные его участники находятся в нескольких местах [2].

В последнее время в разных странах проводились исследования влияния информационных технологий на производительность труда. Например, в Великобритании на основе анализа множества производственных характеристик установлено, что на предприятиях, имеющих электронные сети, средняя производительность труда выше, причем ее рост под действием этого фактора оценивается примерно в 5%. По результатам исследований, проведенных в Германии, можно сделать вывод, что применение таких прямых операционных сетей, как производственные и логистические системы контроля, влияет на производительность труда существеннее, чем улучшение менеджмента или планирования. В компаниях с развитыми компьютерными сетями работает больше «белых воротничков» и наблюдается повышенная активность. В Германии также было проведено одно из первых исследований по электронной коммерческой связи между бизнесом. Его результаты показали, что профессионализм кадров и размер фирмы являются важнейшими факторами, определяющими возможность использования электронных средств и эффективность этого процесса [7].

Изучению вопросов, связанных с проблемой квалификации рабочей

силы как необходимого условия функционирования рынка труда в результате влияния ИТ, посвящено много исследований. В частности, исследованием данной проблемы занимались такие ученые как Л. Безчасный, Д. Богиня, А. Головач, Г. Дмитренко, М. Шаленко, Г. Беккер, В. Андриющенко, С. Вовканич, А. Гришнова, С. Злупко, В.Семиноженко, А. Сидоренко [2, с. 20].

Важные аспекты определения ценности персонала и его роли в реализации стратегии предприятия исследуются в работах таких ученых, как И. Л. Петрова, Д. Е. Козенков, В. Ватцкелевич. К. М. Соломенко, Е. П. Якубов, И. А. Галица, Петюх С.та др. [4].

Вместе с тем, особого рассмотрения требует вопрос выяснения роли, значения и основных элементов стратегии и политики развития трудовых ресурсов в реализации инновационной стратегии предприятия.

Для любой страны организация и функционирование рынка труда, как важной составляющей рыночной экономики, должны ориентироваться на решение таких важных проблем, как обеспечение эффективного использования трудового потенциала.

На современном этапе сдерживающими факторами в развитии ИТ является снижение продолжительности жизни, а также недоступность и низкий уровень профессионального образования. Для того, чтобы общество развивалось, необходимо усвоить уже накопленные знания. Сегодня же человек становится специалистом только в 25-30 лет. Только после этого он может создавать новые знания, то есть способствовать развитию [6].

Другая важная задача - общий подъем интеллектуального уровня населения. Сегодня все меньше используется физическая сила человека, и все больше - его интеллект. Поэтому первостепенная задача любой системы образования - переход к не просто массовому образованию, а к индивидуальному, что позволяет максимально развивать личные способности человека. Образовательная отрасль должна адаптироваться к такой ситуации на рынках труда. Также она должна учитывать то, что на современном этапе развития информационные технологии - одна из областей деятельности человека, которая наиболее быстро развивается [1].

Бесспорно, что низкий уровень инновационной деятельности в промышленности не способствует повышению конкурентоспособности страны на мировом рынке.

Инновационное развитие страны следует рассматривать в качестве ключевого элемента национальной стратегии экономического роста и обеспечения занятости населения. В рамках данной стратегии должны быть четко определены приоритеты инновационно-инвестиционной деятельности, очерчен круг конкретных мер по ее обеспечению в тесном сочетании с развитием отечественной науки, системой национального образования, подготовкой и переподготовкой кадров.

Основными факторами экономического роста являются те, которые обеспечивают инновационное развитие страны. Одним из главных факторов

инновационного развития является соответствие качества рабочей силы потребностям предприятий. Также не нужно забывать об инвестициях в человеческий капитал [5].

Использованные источники:

1. Абдулов А. Н. Контуры информационного общества / А.Н.Абдулов, А.М.Кулькин. М.: ИНИОП РАП, 2005. – 162 с.
2. Адамчук В.В. Экономика труда /В.В. Адамчук – М: ИНФРА – М, 2009.- 415 с.
3. Завельский М.Г. Экономика и социология труда: Курс лекций/М.Г. Завельский. – М.: НОРМА, 2011. – 281 с.
4. Коротков А. В. Государственная политика Российской Федерации в области развития информационного общества / А.В.Коротков, Б.В.Кристалльный, И.Н.Курносков — М.: ООО «Трейн», 2007.— 472 с.
5. Мытников А.Н., Мытникова Е.А., Пушкин А.С. Человеческий капитал как важнейший ресурс в информационном обществе и объект инвестирования/ А.Н. Мытников, Е.А. Мытникова, А.С. Пушкин. - Теория и практика современной науки, 2015. - №6(6). -[Электронный ресурс] – Режим доступа: http://modern-j.ru/domains_data/files/6/Mytnikov%20A.N..pdf
6. Нестандартная занятость в российской экономике. / Под ред. В.Е. Гимнельсона и Р.И. Капелюшникова. Гос. Ун-т Высшая школа экономики. М:Изд. дом. ГУ ВШЭ, 2006. – 256 с.
7. Советов Б.Я. Информационные технологии / Б.Я.Советов, В.В.Цехановский. – 3-е изд., перераб. и доп. –М.: Высшая школа, 2006. — 263 с.

Нажмиддинова Ё.

преподаватель

Дадамирзаев М.

старший преподаватель

Наманганский инженерно – педагогический институт

НаМИПИ

Узбекистан

ГЛОБАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ В ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация: В условиях современного общества профессиональное развитие студентов невозможно без учета мировых тенденций в образовании. В этой статье рассмотрены вопросы дефиниции «глобальное образование» и особенности профессионального развития в условиях глобализации образования.

Ключевые слова: глобализация, глобальные проблемы, глобальное образование, профессиональное развитие.

GLOBAL TARGETS IN EDUCATION

Y. R. NAJMIDDINOVA, M.G'.DADAMIRZAYEV

In today's society the professional development of students is not possible without taking into account global trends in education. This article describes the

Definition of "global education" and the features of professional development in the context of globalization of education.

Keywords: globalization, globalnye problems, global education, professional development.

Реалии глобальной взаимозависимости и культурного разнообразия нашей планеты в XXI веке определяют потребность в образовании и воспитании поколения с новым типом мышления, новым отношением к жизни, поколения, способного успешно самоопределиваться в условиях быстро меняющегося мира.

Эта проблема особенно актуально для Узбекистана, где за последнее время происходят колоссальные изменения как в политической, экономической, так и в социальной сфере. Постепенно, но необратимо происходит интеграция Узбекистана в мировое сообщество. Проблемы, которые ранее считались местными, региональными, сегодня становятся глобальными, общечеловеческими, а их успешное решение возможно в том случае, если будут объединены усилия всех стран и народов.

Выживание планеты в целом, как и каждого человека в отдельности, зависит сегодня от того, какие проблемы и вопросы займут приоритетные позиции в учебных программах вуза, профессионального образования и общеобразовательной школы.

Концепция глобального образования, положенная в основу опытно-экспериментальной работы кафедры «Технологические машины и оборудования» НамИПИ, ориентирует на воспитание нового, целостного видения мира и места человека в нем. Главное в глобальном образовании – воспитание культуры чувства причастности студентов к жизни человеческого сообщества планеты Земля, установление гармоничных отношений человека с природой, людьми, миром в целом и с самим собой.

Ведущими педагогическими идеями в учебно-воспитательном процессе являются:

1. Развития глобального мышления студентов, основные характеристики которого:

- установка на гуманистические ценности при выборе решений и способов действий;

- прогнозирование последствий этих решений и действий с точки зрения их влияния на природу, мир и человеческой профессий;

- открытость по отношению к новому;

- гибкость мышления;

- умение видеть альтернативные пути решения;

- преодоление сложившихся стереотипов;

- критичность мышления;

- рефлексивное осмысление своего опыта в контексте культурного опыта человечества.

2. Ориентации жизнедеятельности вуза на выработку у студентов позиции самостоятельного и ответственного принятия решения в условиях

свободы выбора.

В режиме опытно-экспериментальной работы развитие ведущих педагогических идей отслеживается в следующих направлениях:

- обновление содержания образования на основе принципа проблемной интеграции;
- развитие умственной самостоятельности студентов;
- освоение студентами системы взаимоотношений на основе принципов сотрудничества.

Наиболее значимыми достижениями опытно-экспериментальной работы по реализации концепции глобального образования, по нашему мнению, являются следующие:

- мотивированное поступление выпускников профессиональных колледжей в высшие учебные заведения;
- позитивные изменения в системе мировосприятия студентов и преподавателей, проявляющиеся прежде всего в формировании целостного взгляда на личные, профессиональные и общественные проблемы;
- развитие методологической составляющей профессиональной культуры учителей.

Ценностно-смысловые ориентиры концепции глобального образования предполагают использование определенных способов педагогического воздействия с целью решения ведущих концептуальных задач. При этом глобально-ориентированное образование имеет как бы три составляющие:

- 1) оно направлено по своему содержанию на решение глобальных проблем (социально-экономических, экологических, культурологических, гуманитарных);
- 2) оно направлено на подготовку человека как грамотного участника совместной диалоговой деятельности, умеющего работать в «команде», принимать коллективные решения (именно таких решений требуют глобальные проблемы);
- 3) оно с необходимости включает в себя гуманистические принципы образовательной деятельности, поскольку в конечном итоге его предмет – целостная система «Человек и мир».

Гуманизация образования выступает сегодня в качестве общепризнанной идеи, не только задающей новый взгляд на современную ситуацию развития вуза и профессиональной школы, но и стимулирующей наши надежды на успешное решение наиболее кардинальных проблем содержания, организации и технологии обучения.

Нельзя, однако, не заметить, что осуществление идеи гуманизации образования наталкивается сегодня на целый ряд серьезных трудностей, связанных с неразработанностью механизмов практической реализации названной идеи, а главное – с необходимостью преодолеть ранее сложившиеся стереотипы и сформировать новый – гуманистический – образ мышления, новый менталитет, основанный на общечеловеческих ценностях и на категориальных структурных мышления, соответствующих эти

ценностям.

Таким образом, концепция глобального образования в условиях развития современного профессионального образования приобретает особую актуальность. Принцип глобального мышления становится новой идеологической основой для решения многих проблем, возникающих в процессе обучения и воспитания в связи с новыми изменившимися условиями современной жизни.

Человечество, озабоченное своим выживанием, всё больше обращается к проблемам образования, его развития и совершенствования, поскольку уже сейчас решается, каким будет новый век - просвещенным или невежественным, гуманным или агрессивным. В 21 веке и новом тысячелетии проблемы образования становятся приоритетными во всем мире, так как они определяют будущее каждой страны в отдельности и планеты в целом. Перед нами стоит стратегическая задача воспитания образованной и ответственной личности, способной обеспечить не только собственное жизнестроительство, но и разумную жизнедеятельность других людей.

В процессе глобализации мировое образование вступает в качественно новый этап - международную интеграцию, которая является результатом развития и углубления предшествующего этапа - интернационализации - и доведения его до уровня интеграции национальных систем. Для интеграции становятся характерными возрастающие за счёт согласованной международной образовательной политики взаимное сближение, взаимодополняемости взаимозависимость национальных образовательных систем, действий, достигаемая на основе регулирования их национальными институтами, постепенное перерастание национальными образовательными институтами, постепенное перерастание национальными образовательными системами своих государственных рамок и зарождение тенденций к формированию единого образовательного пространства как наиболее эффективной формы реализации задач будущего.

Нами различаются понятия «глобализация образования» и «глобальное образование». Глобализация образования относится больше к процессу обретения им целостности, взаимодействия и объединения различных национально-государственных систем образования в будущую единую мировую систему образования. А термин «глобальное образование» используется для характеристики качественно-содержательных трансформаций в образовательном процессе, предметное поле которого «наполняется» глобальным знанием и мировоззрением, формируемыми в результате глобальных исследований.

Задачи, многие годы выдвигавшиеся учеными педагогами разных стран мира, в том числе и в нашей стране, задачи профессионального, интеллектуального и нравственного развития личности. Не просто усвоение знаний, а умение их творчески применять для получения нового знания, развитие самостоятельного критического мышление школьника - вот

проблема, реализация которой требует принципиально иного взгляда как на технологию обучения, так и на теорию. Речь идет о необходимости развития личности, а не некоего среднего ученика. Следовательно, приоритет должен быть за личностно-ориентированной педагогикой, личностно-ориентированными педагогическими технологиями. Такой взгляд на систему образования предполагает смену парадигмы образования. Ранее осуществлявшаяся в нашей системе образования более жестко, чем в других странах парадигма - учитель-учебник-ученик, в которой приоритет был совершенно очевидно за деятельностью преподавания явно не отвечает велению времени, курсу на личностно-ориентированный подход к образованию, разрабатывавшийся в рамках гуманистического направления в философии, психологии и педагогике. На смену ей должна придти новая парадигма образования: ученик-учебник-учитель, в которой приоритет должен быть за самостоятельной познавательной деятельностью ученика. Роль учителя от этого не становится менее значимой, напротив. Организация личностно-ориентированного обучения требует высокого профессионализма со стороны педагога.

Таким образом, стратегические направления развития образовательных систем в современном обществе очевидны: Интеллектуальное и нравственное развитие человека на основе вовлечения его в разнообразную самостоятельную целесообразную деятельность в различных областях знания. Задача отнюдь не новая, но в настоящее время свободы выбора педагогических технологий, с широким внедрением в образовательный процесс новых информационных технологий создаются новые, ранее не существовавшие возможности для успешного ее решения. Отсюда и задача отбора педагогических и информационных технологий для реализации обозначенных выше, отнюдь не всех, но как нам представляется, наиболее значимых проблем образования, которые нам всем предстоит решать не спеша, без революционного жара, но последовательно и системно.

Использованные источники:

1. Каримов И. А. «Высокая духовность — непобедимая сила» -Ташкент, Узбекистан, 2008г.
3. Материалы международной конференции «Подготовка образованного и интеллектуально развитого поколения — как важнейшее условие устойчивого развития и модернизации страны» - «Узбекистан», 2012 г.
4. Голиш Л. В. «Современные образовательные технологии» — Ташкент, ТАССИС, 2001г.
5. Ибрагимов Г.И. «Формы организации обучения» – Казань, 2000 г.
6. Мартынов Л.С. «Реализация интерактивных технологических модулей в профессиональной подготовке специалистов сферы государственной службы» Автореф. Диссертация кандидата педагогических наук -Москва, 2000 г.
7. «Программа, ведущая страну к прогрессу» Газета «Учитель Узбекистана», 2012 г. 30 марта.

Науменко Е.А.
финансовый менеджер компании
ООО «Норма-ДВ»
Рубан О.Р.
кадровый менеджер компании
ООО «Норма-ДВ»
Россия, г. Владивосток
Naumenko Evgenii
Financial manager of company ООО «Norma-DV»
Ruban Oleg
Human resources manager of company ООО «Norma-DV»
Vladivostok, Russia

ФАКТОРЫ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрены основные признаки определения конкурентоспособности предприятия. Даны и проанализированы факторы, которые влияют на рост конкурентоспособности, а так же инструменты, с помощью которых можно влиять на данные факторы. Кроме того, в статье описано, как можно реализовывать конкурентные преимущества и как создавать инновационные конкурентные преимущества.

Summary

The article deals with main signs of the competitiveness of enterprises. Are analyzed and factors that influence the growth of competitiveness, as well as tools with which to influence these factors. In addition, the article describes how to implement competitive advantage and how to create innovative competitive advantages.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, мировые рынки, эффективность производства

Keywords: competitiveness, competitive advantage, global markets, production efficiency

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает одно из основных мест в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики. При этом повышение конкурентоспособности

касается всех уровней ее иерархии: продукции (товаров и услуг), предприятия, отрасли, региона и страны в целом, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Несмотря на большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, все же основным и определяющим из них остается его способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для ее продвижения на рынок. В статье поставлена задача провести анализ основных методов конкурентной борьбы, а так же разработать и реализовать стратегии повышения конкурентоспособности компании.

При всем многообразии трактовок конкурентоспособности предприятия можно выделить следующие характерные признаки:

- Большинство авторов не всегда рассматривают понятие «конкурентоспособность предприятия» с точки зрения занимаемой им доли рынка и конкурентоспособности продукции.
- Конкурентоспособность предприятия показывает величину и эффективность использования всех его ресурсов.
- Конкурентоспособность предприятия изменяется и развивается со временем. Изменения зависят не только от внешних, но и от внутренних факторов.
- Конкурентоспособность — относительный показатель. Сравниваются показатели аналогичных компаний-конкурентов или определенное эталонное предприятие.
- Конкурентоспособность продукции и предприятия — взаимосвязанные понятия.
- Конкурентоспособность — это свойство объекта, которое характеризуется степенью удовлетворения им определенной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.
- Конкурентоспособность предприятия — это возможность выдерживать конкуренцию с другими объектами на определенном рынке.
- Конкурентоспособность предприятия прямо пропорциональна уровню развития фирмы в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности клиентов и по эффективности производственной деятельности.
- Конкурентоспособность предприятия характеризует его привлекательность для инвестора.
- На конкурентоспособность предприятия оказывают влияние экологическая и социальная среда. [1]

Конкурентоспособностью продукции необходимо управлять, так как она играет огромную роль в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Моделирование и анализ показателей конкурентоспособности происходит на стадии проектирования товара. Задача специалистов по маркетингу в этой части работы состоит в том, чтобы

найти параметры качества, в послепродажном обслуживании, в сервисе, в установлении цены. Данные действия увеличивают конкурентоспособность изделия, программируя его успех на рынке.

В современных условиях в основном используют силовые методы конкурентной борьбы – это экономические методы (т.е. лишение конкурента сырья, рынка сбыта, скупка патентов, уменьшение цен, отбивание рынков рабочей силы, выпуск на рынок новых марок и видов изделий и т.д.), а так же методы прямого насилия (поджоги, взрывы, убийства опасных конкурентов, шпионаж, государственные перевороты и т.д.) [2]

Рост эффективности – это основа повышения прибыльности предприятия в условиях конкурентной борьбы – приоритетная цель для управляющих компаний. Основным фактором производительности являются изменения в технике в пользу новых технологий, которые уменьшают издержки и в организации производства. Для отдельных компаний необходимо различать потенциальную и реальную, действительную эффективность производства. Если уровень потенциальной эффективности зависит от внешних условий хозяйственной деятельности (наличия ресурсов - трудовых, сырьевых, энергетических и т.п.) и в первую очередь от общего уровня инновационного развития экономической системы, то настоящая производительность в компании определяется в первую очередь качеством управления производством. Данный показатель может изменяться не только в результате уменьшения издержек производства за счет нововведений (организационных или технических): значительным резервом реальной эффективности производства является грамотное руководство компанией, осведомленность о новых технологиях и методах работы.[3]

Следующий фактор – улучшение качества производства продукции, постоянное обновление структуры, оптимизация и диверсификация используемых в производстве ресурсов.

Так же к росту конкурентоспособности предприятия может вести концентрация производства в одной территориальной точке, экономия на эффекте масштаба. Но для того, чтобы эта возможность была реализована на практике, управляющие компании должны увеличить инвестиции в инновационное развитие, произвести реорганизацию трудовых ресурсов и т.д. [4]

Необходимость роста производительности для повышения конкурентоспособности компаний в настоящее время понимаема деловыми кругами всех стран мира. Таким образом, многие компании начали внедрение и реализацию программ повышения уровня производительности. Такие программы призваны решить следующие задачи:

- повышение производительности имеющихся в наличии ресурсов за счет изменений в организации и структуре производства;
- создание необходимых управленческих и организационных предпосылок для успешного внедрения в производство новой технологии и

техники и обеспечения на этой основе долговременного устойчивого роста производительности.

В целом, программы повышения производительности и осуществляемые в процессе их внедрения и реализации мероприятия по совершенствованию управления и организации производства представляют собой одно из наиболее характерных проявлений перестройки сферы управления. Она применяется в развитых странах в направлении приспособления ее к новым условиям коммерческой деятельности и конкурентной борьбы, основанной на широком использовании инноваций.

Инновационный фактор также уменьшает издержки на макроуровне. В современных условиях инновационное развитие компаний даёт возможность формировать такую структуру производства, при которой темпы роста национального дохода в совокупном общественном продукте превышали бы темпы роста потребления материальных ресурсов. На первое место в интенсификации производства сейчас выходит снижение материалоемкости продукции, а именно уменьшение затрат сырья, материалов и топлива. Можно считать, что сокращение затрат прошлого труда на один пункт по своему абсолютному значению в 4-6 раз превосходит соответствующую экономию живого труда. При этом наибольшее значение приобретает экономия сырья. Снижение материалоемкости так же достигается при внедрении безотходной или малоотходной технологии. Огромное значение имеет также полное использование вторичных материальных ресурсов.

Компании с небольшой долей на рынке необходимо разработать определенную стратегию и сосредоточить свои усилия на конкурентной нише, даже если ее общая доля на рынке мала. Компания, которая имеет достаточно большую долю на рынке, может осуществлять успешную предпринимательскую деятельность в результате преимущества по общим издержкам или стратегии фокуса.

Государственным институтам и предприятиям имеет смысл проводить комплексную политику, направленную на создание инновационных конкурентных преимуществ посредством:

- применения финансово-кредитных рычагов стимулирования инноваций;
- продвижения системы стандартов качества;
- кооперации сил государственных органов, бизнеса, университетов в процессе разработки и передачи технологий.

Кроме того, реализация конкурентных преимуществ может осуществляться благодаря:

- созданию экологически чистых технологий в процессе поиска путей снижения стоимости производства (повышения технологических конкурентных преимуществ фирм);
- росту затрат фирм на повышение квалификации, переподготовку и подготовку кадров;
- созданию наукоемких производств;

- научно-техническому обмену;
- направлению инвестиций в НИОКР.[5]

Исследование состояния системы конкурентных преимуществ российских компаний позволяет выявить организационные резервы повышения конкурентоспособности последних. На наш взгляд, предприятиям наибольшее внимание следует уделять функциональным нововведениям (испытание новых форм организации деятельности, новых технологий, более полного применения экономических факторов, методов измерения и контроля параметров качества), так как системные нововведения требуют значительных затрат и большего отрезка времени. Но может наступить момент, когда системные нововведения займут преимущественное положение. Иными словами, наилучшего результата можно достичь при оптимальном сочетании возможностей общих и функциональных инноваций.

Оценка конкурентоспособности экономического субъекта должна обеспечивать максимальную достоверность получаемых результатов. Правильная методика должна облегчить задачу сбора необходимой для оценки конкурентоспособности предприятия информации и быть универсальной, позволяя в зависимости от целей анализа и наличия исходных данных формировать любой объем и состав выборочной совокупности предприятий-конкурентов. Кроме того, методика оценки конкурентоспособности должна иметь в своей основе четко выраженный математический аппарат, что даст не оценочную и во многом условную зависимость определяемого показателя от факторов конкурентоспособности, а жесткую функциональную связь. Указанное обстоятельство обусловит возможность широкой математической обработки показателей конкурентоспособности предприятия.

Использованные источники:

1. Современная модель эффективного бизнеса: монография. Книга 14 / Е.Э. Головчанская, М.Ф. Григорьев, А.А. Кузубов и др. / Под общ. Ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. – 192 с.
2. Кузубов А.А. Анализ системы управления конкурентоспособностью предприятий // Фундаментальные исследования. 2015. № 12-5. С. 1028-1031.
3. Кузубов А.А. Методические подходы и критерии оценки конкурентоспособностью предприятий // Фундаментальные исследования. 2015. № 12-4. С. 801 – 805. Говорова Н. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики // Проблемы теории и практики управления. 2006. №4. С. 5
4. Дементьева А.Г. Конкурентоспособность международных компаний // Маркетинг. 2000. №3. С. 64–67.
5. Т. Г. Философова, В. А. Быков Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие для студ. вузов / - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 295 с.

Нафикова Э.З.
магистр
ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»
Россия, г. Уфа

ОСОБЕННОСТИ ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА

Аннотация: Статья посвящена особенностям ораторского искусства. Актуальность темы обусловлена тем, что владение навыками ораторского искусства является важнейшим компонентом успеха личности в любой сфере профессиональной деятельности и наиболее действенным инструментом в формировании её мировоззрения.

Ключевые слова: оратор, речь, риторика, ораторское искусство.

Для современного человека, претендующего на звание «культурного и образованного», низкая культура общения «должна бы считаться таким же неприличным явлением как неумение читать и писать». Речь – это лучший паспорт человека. Сегодня новые экономические и социальные условия выдвинули на первый план необходимость повышения коммуникативной компетентности, поскольку высокая речевая культура и развитая экономика неотделимы друг от друга [1, с. 4]. Поэтому сегодня в мире резко возрос интерес к риторике. Во многих зарубежных странах риторика является обязательным предметом практически во всех учебных программах, поскольку прагматичное стремление современного человека к жизненному успеху, карьерному росту, профессиональной компетентности немыслимо без умения говорить аргументировано, грамотно, убедительно и красиво.

Овладение искусством общения необходимо для каждого человека независимо от того, каким видом деятельности он занимается или будет заниматься. Каждый, кто стремится добиться успехов в жизни, успешно продвигаться по карьерной лестнице, эффективно и грамотно общаться с людьми должен овладеть определенными знаниями и навыками в области межличностного и делового общения. Но особенно важно умение общаться для деловых людей: предпринимателей, менеджеров, людей, занятых в сфере управления [2, с. 53-54]. Мастерство публичной речи, искусство полемики и общения в любом обществе – ключ к популярности, признанию, лидерству, самореализации и высокому уровню жизни.

Ораторское искусство – это один из самых ценных навыков, который поможет человеку лаконично, красиво и без особых проблем донести к собеседнику свою точку зрения.

Публичная речь обязательно должна иметь вступление – своеобразную прелюдию, цель которой состоит в том, чтобы привлечь внимание аудитории. Опытные ораторы рекомендуют начинать с интересного примера, пословицы, поговорки, крылатого выражения, юмористического замечания. Во вступлении можно использовать цитату. Не следует начинать выступление непосредственно с существа вопроса, потому что аудитории требуется несколько минут, чтобы привыкнуть, приспособиться к внешности

выступающего, тембру его голоса, манере поведения. Именно по этой причине опытные ораторы тратят первые несколько минут на то, чтобы поблагодарить председателя, объявившего их выступление. Однако в начале выступления не следует приносить извинений за то, что не готовы, за то, что недостаточно компетентны, за то, что вообще взяли слово. Чтобы найти оригинальное начало речи, надо много работать [3].

Для основной части важно сохранить логическую последовательность и стройность в изложении материала. Известно, что при восприятии устной речи лучше всего запоминается то, что дается в начале и в конце сообщения.

Заключение является важной композиционной частью выступления (Конец – делу венец). В конце рекомендуется повторить основные мысли, суммировать наиболее важные положения и сделать краткие выводы. Убедительное и яркое заключение всегда запоминается слушателям. Недопустим обрыв речи по причине нарушения регламента. Плохо, если оратор заканчивает речь в стиле самоуничижения. Конец должен быть таким, чтобы слушатели почувствовали, что дальше говорить нечего. Последние слова оратора призваны мобилизовать слушателей, воодушевить или призвать к активной деятельности. В Древнем Риме была фраза, которой оратор заканчивал свое выступление: *Dixi!* (Я все сказал).

В целом, можно сказать, что композиция устного публичного выступления подобна композиции музыкального произведения, которое подчинено законам гармонии. Не случайно многие ораторы сравнивали публичную речь с музыкальным произведением. Анатолий Федорович Кони (1844-1927) – юрист, член Государственного Совета, выдающийся оратор, советовал лекторам: «Кто имеет музыкальное чутье, тот всегда может сказать, не зная пьесы, судя только по аккорду, что она закончилась» [4].

Необходимо иметь в виду, что ораторское искусство всегда обслуживало и обслуживает интересы определенных социальных групп, классов, отдельных личностей. Оно одинаково может служить как правде, так и лжи, быть использовано в нравственных либо безнравственных целях. Поэтому в ораторском искусстве очень важна нравственность оратора, его моральная ответственность за содержание речи.

Многие современные исследователи рассматривают ораторское искусство как один из специфических видов человеческой деятельности, овладеть которым должен каждый, кто профессионально связан с устным словом [5].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
2. Игебаева Ф.А. О профессиональной подготовке студентов аграрного университета по новым образовательным программам // Социально-политические науки. Международный межвузовский научный рецензируемый журнал. Москва, Издательский дом «Юр-ВАК», 2014, № 3 – С.53 – 55.

3. <http://www.orator.ru/soper.pdf>
4. <http://www.dissercat.com/>
5. http://master-slova.narod.ru/book/lemmerman_u4ebnik_ritoriki.pdf

*Нечаев М. А.
студент 1 курса магистратуры
Юридический факультет
Новосибирский государственный университет
Россия, г. Новосибирск*

КРИТЕРИИ ДЛЯ НАЗНАЧЕНИЯ ВЫЕЗДНЫХ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК. ВЗЫСКАНИЕ НАЛОГОВОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ С АФФИЛИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Статья посвящена особенностям проведения проверок инспекцией федеральной налоговой службой в отношении налогоплательщиков. В частности рассматривается вопрос о взыскании налоговой недоимки с аффилированных лиц, что в свою очередь является новой практикой право применения. В статье рассматриваются понятие аффилированных лиц, правовые акты на которых основано взыскание налоговой недоимки с аффилированных лиц, приводится статистика по подобному рода спорам.

The article is devoted to the peculiarities of inspections Inspection of the Federal Tax Service for taxpayers . In particular, it addresses the issue of recovery of tax arrears with affiliated entities , which in turn is a new application of the right to practice . The article discusses the concept of affiliated persons , legal acts based on which the recovery of tax arrears with affiliates, provides statistics on this kind of dispute .

Ключевые слова: аффилированное лицо, налоговая недоимка, взыскание налогов, affiliate, tax arrears, recovery of taxes.

В настоящее время наблюдается увеличение количества налоговых дел возбужденных в отношении граждан и организаций. Не удивительно, что в условиях экономического спада, каждая организация пытается минимизировать расходы по уплате налогов, налоговые органы в свою очередь тоже не сидят на месте и, в стремлении пополнить казну государства, проводят налоговые проверки с целью выявления недобросовестных налогоплательщиков.

Процесс налоговой оптимизации один из наиболее интересных и сложных сфер деятельности юристов компаний, ведь способов уменьшить размер налоговых выплат существует огромное количество, но не все они эффективны, не все безопасны с точки зрения законодательства РФ.

Во многих «Схемах» оптимизации налогов применяются аффилированные организации, под которыми понимаются физические или юридические лица, способные оказывать влияние на деятельность юридических и/или физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность.¹³

Каким образом необходимо вести политику компании в отношении аффилированных лиц? Какой аффилированности следует опасаться и о какой можно не беспокоиться? Каковы последствия взаимодействия с аффилированными организациями с целью налоговой оптимизации? Для разъяснения этих вопросов, рассмотрим 2 основных практических момента:

- критерии назначения выездных налоговых проверок, ведь именно в результате таких проверок чаще всего выявляются нарушения;
- механизм взыскания налоговой задолженности с аффилированных организаций.

В последние годы изменен подход к организации контрольной работы налоговых органов. Акцент сделан на комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика, и, как следствие, отказ от тотального контроля и переход к контролю, основанному на критериях риска. Ни для кого сегодня не является секретом, что выездные налоговые проверки планируются, исходя из степени налоговых рисков и возможных объемов доначислений. Согласитесь, никому не интересна мелкая рыба, когда можно поймать кита, получить премию, а возможно и повышение. Поиском таких вот «Китов», с плохой налоговой занимаются отделы предпроверочной подготовки, существующие при каждом областном ИФНС. Поэтому можно быть уверенными, что на проверку налоговые инспекции выходят уже подготовленными.

По данным представленным Федеральной службы государственной статистики средний объем доначислений по итогам 2015 года составляет 10,5 млн. руб.¹⁴

В последние годы изменен подход к организации контрольной работы налоговых органов. Акцент сделан на комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика, и, как следствие, отказ от тотального контроля и переход к контролю, основанному на критериях риска.

Во многом, это следствие принятой в 2007 году концепции планировании ВМП, которую разработала всеми любимая Федеральная налоговая служба. Самым важным элементов данной концепции являются 12 критериев, которые налоговый орган использует при планировании ВМП.

Особое внимание уделяется такому критерию, как ведение финансово-

¹³ Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»

¹⁴ http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_51/IssWWW.exe/Stg/02-20.htm

хозяйственной деятельности с высоким налоговым риском. Под этим критерием понимается работа с контрагентами, не выполняющими своих налоговых обязанностей (иначе говоря – недобросовестными налогоплательщиками).¹⁵

Согласно Концепции планирование выездных налоговых проверок – открытый процесс, построенный на отборе налогоплательщиков для проведения выездного контроля по общедоступным критериям риска совершения налогового правонарушения. Данный процесс носит открытый характер. Налогоплательщик, соответствующий таким критериям, с большой долей вероятности будет включен в план выездных налоговых проверок.

Сегодня для контроля организации начиная с момента государственной регистрации и заканчивая налоговым контролем налоговая по-прежнему руководствуется признаками неблагонадежности компаний. Сюда относятся: массовые директор и учредитель, массовый адрес регистрации, постоянные миграции компании по налоговым инспекциям, непредоставление компанией отчетности либо предоставление нулевой отчетности, отсутствие работников и активов, отсутствие расходов у организации, опосредующих обычную хозяйственную деятельность (на аренду, заработную плату и т.д.)¹⁶

В начале 2014 года Федеральная налоговая служба обозначила новые критерии для назначения ВМП – была введена балльная оценка показателей в отношении показателей деятельности компании в разрезе отдельных налогов. Особое внимание уделяется показателям по таким налогам как налог на прибыль и НДС.

Кроме того, важен и такой показатель, как доля налоговых вычетов по НДС, в отношении которого предусматривается единый порог в определенном субъекте РФ.

Не менее важным является и показатель общего размера налоговой нагрузки налогоплательщика, который устанавливается для определенных отраслей и видов деятельности.¹⁷

Необходимо заметить, что ведение деятельности с учетом всех критериев, к сожалению, не всегда может гарантировать налогоплательщику отсутствие внимания со стороны налоговых органов.

Рассмотрим вопрос о получении налоговой задолженности с аффилированной организации.

В предыдущие годы складывалась ситуация, при которой налоговый орган даже доначислив значительные суммы недоимки и отстояв на них право в судебных инстанциях, не мог получить возмещение налога за счет компании.

¹⁵ https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/conception_vnp/

¹⁶ Приказ ФНС от 30 мая 2007 г. N ММ-3-06/333 «Об утверждении концепции системы планирования выездных налоговых проверок» // "Документы и комментарии", 2007. 13 июня.

¹⁷ Савин Д.О. Практика взыскания налоговой задолженности с аффилированных организаций // Закон. 2016. № 2.

В 2013 году были внесены изменения в Налоговый кодекс, положения которого теперь позволили налоговым органам активно работать в направлении взыскания задолженности с аффилированных организаций.

Самым известным и знаковым прецедентом взыскания недоимки, возникшей по итогам налоговой проверки, с аффилированной организации является дело компании «Королевская вода». В данном деле налоговикам удалось доказать суду, что одноименные организации (ООО «Королевская вода» и ЗАО «Королевская вода») являются взаимозависимыми лицами, и в связи с этим с ООО «Королевская вода» взысканы налоговые претензии в сумме более 330 млн. руб., которые были предъявлены ЗАО «Королевская вода» по результатам ВМП.

Основанием признания компаний взаимозависимыми послужили следующие обстоятельства:

- 1) ЗАО фактически перевело свою деятельность на вновь созданное лицо, зарегистрированное в период проведения проверки с тем же фактическим адресом, контактными телефонами, сайтом, видами деятельности, товарным знаком;
- 2) Уменьшение ЗАО с начала проведения проверки своих активов;
- 3) Перевод клиентов и сотрудников на новую компанию.

Такая практика, явившись полной неожиданностью в 2014 году, в 2015 году получила закрепление.

После дела компании «Королевская вода» было распространено заблуждение о том, что если в отношении проверяемого лица будет введена процедура банкротства, то налоговый орган не в праве взыскивать сумму недоимки по итогам ВМП с аффилированных лиц, так как должен ожидать в реестре кредиторов окончания процедуры банкротства.

Судебная практика развеяла данное заблуждение, сделав следующие выводы:

- 1) Включение в реестр кредиторов и взыскание задолженности с аффилированной организации может осуществляться параллельно.
- 2) Возможность рассмотрения заявления о признании организаций взаимозависимыми и взыскании налоговых претензий с взаимозависимого лица даже после окончания процедуры банкротства должника. Налоговому органу лишь необходимо соблюсти сроки и подать заявление до окончания процедуры банкротства проверяемого лица.

Причины ужесточения политика государства в части взыскания налогов с одной стороны понятны, ведь таким образом обеспечивается поступление средств в бюджет, но с другой стороны все не так просто. Зажимая в тиски коммерческую сферу, государство само вынуждает предпринимателей нарушать законодательство, ведь иначе просто не будет прибыли или она будет минимальной, ради которой никто работать не будет.

Проблема на самом деле кроется куда глубже, в самом отношении к предпринимательству. В настоящее время политика государства направлена

на выживание из бизнеса всего, что можно и бизнес выступает в роли дойной коровы. Данная стратегия может помочь государству в краткосрочный период поправить ситуацию, но в долгосрочной перспективе это может привести к отрицательным последствиям. Снизится предпринимательская инициатива, иностранный капитал, который итак бежит из России, не будет рассматривать ее как страну для надежных вложений, не стоит забывать о рабочих местах. В итоге, при выходе из дома мы можем не увидеть привычных нам магазинов, где мы могли купить все необходимое в шаговой доступности, частных детских садов, школ и т.д. Необходимо думать не только о сегодняшнем дне, но и о будущем.

Использованные источники:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ // Российская газета, 1998.06 августа.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ // Парламентская, 2000.10 августа.
3. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» // Ведомости СНД и ВС РСФСР, 1991. 18 апреля.
4. Приказ ФНС от 30 мая 2007 г. N ММ-3-06/333 «Об утверждении концепции системы планирования выездных налоговых проверок» // "Документы и комментарии", 2007. 13 июня.
5. Савин Д.О. Практика взыскания налоговой задолженности с аффилированных организаций // Закон. 2016. № 2.

Нечаев М. А.

студент 1 курса магистратуры

Юридический факультет

Новосибирский государственный университет

Россия, г. Новосибирск

СУДЕБНЫЕ ОШИБКИ

Статья посвящена проблеме принятия судами решений, не соответствующих фактическим обстоятельствам. Данные решения именуются судебными ошибками. Цена судебной ошибки крайне велика, ведь из-за нее может быть испорчена репутация человека, уязвлено его достоинство, поставлен крест на карьере, распасться семья, может быть сломана жизнь человека. Почему допускаются судебные ошибки, как уменьшить их количество, что делать, если допущена такая ошибка? На эти и другие вопросы дается ответ в данной статье.

The article is devoted to the adoption of decisions by the courts that do not meet the actual circumstances. These solutions are referred to as a miscarriage of justice. Price of judicial error is extremely high , in fact because of it can be spoiled by a reputation for wounded his dignity , put an end to his career , family break up , it can be broken a man's life . Why are allowed judicial errors, how to reduce their number, what to do if you make such a mistake? On these and other

questions, we answer in this article.

Ключевые слова: Судебная ошибка, правосудие, судьи, судебные акты, суд, следствие, miscarriage of justice, justice, judge, judicial acts, the court, the investigation.

Если верить статистическим данным, то каждый год в нашей стране в кассационной инстанции отменяется или изменяется около 2% вынесенных решений, в надзорном порядке эта цифра достигает примерно 3%. Казалось бы, 5-6% неверных решений – это не так уж много, но если задуматься, то за столь низким процентом кроются даже не тысячи, а десятки тысяч неверно разрешенных дел. Практически каждое дело, рассматриваемое судьей, решает судьбу человека, любая судебная ошибка означает, что правосудие либо осуществляется неправомерно, либо совсем не осуществляется. Таким образом, нарушаются элементарные права граждан, а степень доверия людей к правосудию от этого отнюдь не возрастает.

Такая статистика вряд ли отражает реальное положение дел в судах, ведь многие ошибки так и не вскрываются и многие осужденные оказываются «козлами отпущения» для недобросовестных или плохо подготовленных судей. В нее включены лишь те случаи, когда ошибки, к примеру, городских и районных судов выявлены и устранены вышестоящими судебными инстанциями. Но далеко не все ошибки замечаются и исправляются, да и не каждый человек решается оспорить решение суда, так как заранее уверен в том, что потерпит фиаско. Юристы отмечают, в судах самого низшего звена ошибки допускаются значительно чаще, чем в судах вышестоящих.[5]

Чтобы рассмотреть понятие судебной ошибки необходимо рассмотреть понятие судебного решения, итак:

Судебное решение – Судебный акт, которым дело разрешается по существу.[2]

Из этого определения следует:

Судебная ошибка – это решение суда принятое неверно по тем или иным причинам.

Итак, рассмотрим наиболее вероятные причины судебной ошибки.

Причины:

Феликс Кирсанов выделяет следующие основные причины судебной ошибки:

Качество следствия. Ошибки на этапе следствия хоть и не судебные, а досудебные, но для подсудимого хрен редьки не слаще. Вообще-то наших следователей жалко. Посудите сами. Уголовные дела, как правило, тоскливы и порой довольно обширны. Многотомные дела обычно не так увлекательны, как детективы и для следователя гораздо заманчивей выпить пива, чем вникать в их суть. Для того чтобы вести дела более-менее качественно, их количество на одного следователя не должно бы превышать

пяти-шести в месяц. На практике же следователь (иногда третьекурсник юридического вуза) может вести двадцать шесть дел. Имейте в виду, что дела крайне нежелательно затягивать и лучше побыстрее закрывать, иначе возникнет затор, как в полдень на Тверской и можно будет схлопотать по шапке от начальства. Следователь, конечно же, может их бегло пролистать, как студент накануне экзамена, но не изучить. И он в этом не виноват. О каком качестве следствия может идти речь?

Качество судейства. И судей наших тоже жаль. На среднестатистического судью взваливается столько дел, сколько рассмотреть качественно физически невозможно. В среднем один районный судья за год рассматривает примерно 150 уголовных, 350 гражданских и где-то столько же административных дел, разношерстных и разнокалиберных. Это около трех процессов ежедневно, во многих из которых черт ногу сломит - так свихнуться можно. Наверное, для некоторых судей все подсудимые - на одно лицо, как больные синдромом Дауна. Маньяки, сутенеры и малолетние преступники смешались с бомжами, абортмахерами и неудачливыми интеллигентами - поди, разбери, кто из них прав, а кто виноват. О каком качестве судейства может идти речь?

Коммерческие интересы и коррупция. Слышал я где-то, что в нашей стране за убийство обычного гражданина иногда (т.е., не всегда) можно откупиться примерно за 20 000 у.е., а за убийство не совсем обычного, скажем, милиционера - за 50 000 (конечно, это еще не факты, но уже информация). Менее тяжкие преступления, как вы понимаете, можно выкупить проще и дешевле. Как колбасой торгуют уголовными делами. "Обычно подсудимый считается виновным до тех пор, пока он не докажет свою влиятельность" (Лоренс Питер). Но преступления надо раскрывать, а дела, опять же - закрывать, поэтому выкупленные дела, как правило, "вешают" на нерасторопных арестантов или на незадачливых прохожих, которые вмешались в уличную драку с целью восстановить справедливость и были оклеветаны хулиганами. Также у нас, почему-то, не принято отпускать обвиняемых под денежный залог до суда, хотя это могло бы решить кое-какие серьезные проблемы. Наверно, такие благие начинания будут непременно изнасилованы нашей коррумпированной системой - у низкооплачиваемых госчиновников при виде крупных денежных залогов может появиться мелкая дрожь в пальцах и грязные планы в мозгах. И еще у нас не принято возмещать моральный ущерб за ошибочный диагноз, который дает судебная система. Видимо, потому, что мы не так богаты и не привыкли беситься с жиру, как американцы, а также, для того, чтобы пресечь коммерческие злоупотребления со стороны недобросовестных подсудимых - и в этом есть рациональное зерно. Только получается, что некоторые подсудимые как бы страдают оттого, что часть их свободной жизни как бы украдена.

Профессиональные интересы. Даже если неопороченные грязными делами следователь, прокурор и судья после завершения очередного процесса поймут, что был осужден невиновный человек, и им будет очень стыдно от таких реалий, и искренне его жаль, то каждому из них, все-таки, будет выгодно замять это дело, чтобы о нем никто не узнал. Ибо, во-первых, люди, встречаясь лицом к лицу со своею собственной ошибкой, обычно спрашивают ее ханжески: "ты кто?", понимая, что если они ее признают, то может пострадать их репутация, а, во-вторых, какому судье или прокурору нужен выговор за дрянную работу? Кроме того, наше правосудие носит на шее довольно позорный (опять же с точки зрения пресловутой честности) хомут, именуемый обвинительный уклон. Его суть состоит в том, что при рассмотрении уголовных дел (именно уголовных, а не, скажем, арбитражных) судьи изначально имеют преимущественную склонность к вынесению обвинительных приговоров. Во-первых, это, опять же, потому, что люди (и судьи в том числе), даже признавая свои ошибки в душе, в упор не желают их узнавать публично, иначе, со стороны это может выглядеть, как демонстрация некомпетентности. А, во-вторых - во-первых. Оправдательных приговоров у нас почти не бывает - где-то чуть больше одного процента от общего числа - и это не значит, что оправдывать некого. Правда, суды присяжных выносят оправдательных вердиктов на порядок больше - примерно 15 %, т.к., в отличие от судьи, "присяжный заседатель" - это не профессия, а кратковременная должность, и мозги присяжных не засалены производственно-конвейерным опытом. У присяжных нет начальства, и они не могут получить взбучку за то, что подсудимый ошибочно проторчал целый год в изоляторе. А вот с точки зрения судей и государственных обвинителей, невиновного выгодней осудить, чем оправдать - уж лучше накатать обвиняемому срок чуть больше того, что он просидел до суда, чем потом отбиваться от его справедливых жалоб - и все довольны.

Человеческий фактор. Человек не может быть объективным по определению и у каждого в голове свои тараканы. Человеку трудно сохранить беспристрастность в спорных вопросах. А судьи кто? Обычные люди, хоть и с юридическим образованием, но с такими же слабостями и пороками. Бывают среди них неудовлетворенные и злые, с садистским уклоном и на зарплату обиженные, которые подсознательно норовят засадить каждого подсудимого без исключения по самые бакенбарды и при этом выписывают сроки наказания непременно и только по максимуму. Помимо недобросовестного отношения к делу всех членов бригады правосудия (следователей, прокуроров, адвокатов, присяжных заседателей и судей), судебную ошибку рождает мусор в их головах. Следователи могут легко ступить на ложный путь и заблудиться в деле. Судьи, утомленные обилием рассматриваемых дел, не всегда могут досконально вникать в очередные толстые папки. Бывает, что, сами того не желая, они нарушают принцип презумпции невиновности и даже не замечают этого. Мусор в их

головой внедряется незаметно для них самих. Умелые манипуляции одной из заинтересованных сторон, давление на эмоции, бессознательная предвзятость судьи - все это рождает ложные убеждения и, как следствие, судебную ошибку. Даже если судья искренне пытается отыскать истину в куче обрушившейся на его бедную голову информации, у него это не всегда получается. Ведь, в отличие от него, противоборствующие стороны, которые морочат ему эту самую голову, занимаются в суде не поиском истины и справедливости, а считают делом чести одолеть друг друга. Причем, одолеть любой ценой - замаскированное вранье и тактичные оскорбления тут обычно лидируют, а честность, как правило - в ауте (это не претензия, а констатация). Суд - это площадка для борьбы интересов и втираться здесь прибыльно. Поэтому в суде, как правило, происходит не научная дискуссия, а грубая полемика. Исход дела обычно зависит не столько от фактов, сколько от витиеватой риторики прокурора или адвоката (вот почему им жизненно необходимо хорошо говорить, особенно адвокатам, вознаграждение которых не столь ограничено, как зарплата прокурора (хотя прокуроры тоже иногда получают невидимые вознаграждения)). Как вы считаете, если прокурор (или адвокат), который сначала был уверен в своей правоте, в процессе судебного разбирательства вдруг поймет, что он ошибался, то, признает ли он добросовестно свою ошибку, заявит ли о ней публично и сдаст ли свои позиции? Такое я видел только в кино два раза. Всегда найдутся адвокаты, которые за превосходящую плату с еще большим рвением будут отстаивать интересы противоположной стороны. Для многих из них судебное дело - обычная азартная игра, в которой ставка - гонорар. И у них, прошу не забывать, тоже есть семьи и иногда бывают взрослеющие дети, которых надо не только кормить, но и одевать по моде.[1]

Представители адвокатского сообщества считают, что российская система уголовного правосудия носит карательный характер. Судьи во многих случаях слишком неразборчивы при заключении подсудимого под стражу, им необходимо более детально изучать практику применения законов, рассматривая уголовные дела.[5]

Признаки судебной ошибки:

- 1) появляется при вынесении итогового судебного акта;
- 2) имеет предполагаемый характер;
- 3) констатация и устранение производятся специальным уполномоченным субъектом в специальном порядке;
- 4) не зависит от вины судьи, принявшего итоговый акт.[7]

Способы уменьшения количества судебных ошибок:

А.Ф. Козлов о способах уменьшения количества судебных ошибок:

«Как убеждает практика, с ошибками можно успешно бороться, точнее, предупреждать их, повышая квалификацию судебных работников, воспитывая у них чувство ответственности за порученное дело,

совершенствуя законодательство, и т.п. Кроме того, существуют специальные процессуальные средства, направленные на устранение выявленных ошибок: это, в первую очередь, две судебные инстанции – кассационная и надзорная. Но усилий двух указанных инстанций явно недостаточно, и для того чтобы контроль за актами правосудия был всеохватывающим, своевременным и действенным, к нему должен быть подключен суд первой инстанции*. Участие районных и городских судов в устранении судебных ошибок придает данному процессу оперативность.» [3]

Ирина Калининская предлагает более широко применять медиацию для более эффективного разрешения конфликтов без участия суда, что снимет некоторую нагрузку с судей и позволит им более основательно заняться оставшимися делами. [4]

Баксалова А.М. называет следующие способы снижения количества судебных ошибок:

- 1) Процедура стажировки
- 2) Систематическое повышение квалификации

Реабилитация жертв судебной ошибки:

29.11.2011, пленум Верховного суда России утвердил постановление, которым утвердил порядок возвращения человеку честного имени. Высшая инстанция разъяснила порядок, по которому государство должно расплачиваться за ошибки суда и следствия.

Как объясняется в постановлении, "под реабилитацией в уголовном процессе следует понимать порядок восстановления прав и свобод лица, незаконно или необоснованно подвергнутого уголовному преследованию, и возмещения ему причиненного вреда".

Как было сказано во время обсуждения постановления, сегодня за компенсацией обращаются далеко не все жертвы ошибок. В прошлом году возмещения вреда требовал примерно каждый десятый из получивших право на реабилитацию. Из 22 583 человек за компенсацией обратились всего 2630, это чуть более 10 процентов. За шесть месяцев этого года возмещения потребовали уже 1925 из 10 837 человек, или примерно 18 процентов. [6]

Компенсация в случае судебной ошибки в уголовном деле:

Если какое-либо лицо на основании окончательного приговора было осуждено за совершение уголовного преступления, а вынесенный ему приговор впоследствии был отменен, или оно было помиловано на том основании, что какое-либо новое или вновь открывшееся обстоятельство убедительно доказывает, что имела место судебная ошибка, то лицо, понесшее наказание в результате такого осуждения, получает компенсацию согласно закону или существующей практике соответствующего государства, если только не будет доказано, что ранее неизвестное обстоятельство не было своевременно обнаружено полностью или частично по его вине. [8, ст 3]

Вывод:

Если обратиться к расплывчатой статистике, то можно увидеть, что количество судебных ошибок, совершаемых в Российской Федерации, на 20% выше, чем в Советском Союзе. Но и в те времена таких случаев было немало. Вот один из них:

Каждому знакомо имя, пожалуй, самого жестокого маньяка последних десятилетий Андрея Чикатило. Прежде чем преступник был пойман, за убийства совершенные им было осуждено два невинных человека. Один из них, 29-летний Александр Кравченко, в 1983 году был казнен за изнасилование и убийство 9 летней девочки Лены Законтовой. О том, что Кравченко не виновен, узнали только в 1990 году, оправдали его уже посмертно.

Говоря о судебных ошибках, не стоит уделять большое внимание статистике. Скорее нужно помнить, что для стороннего наблюдателя – это просто сухие цифры, а для тех, кто незаконно лишился свободы, здоровья или даже жизни – трагедия.[5]

Использованные источники:

1. Феликс Кирсанов «лес рубят – щепки летят» <http://www.orator.ru/rass35.html>
2. «судебное решение» <http://www.jaloba.net/rusud-res.html>
3. Козлов А.Ф. «судебные ошибки» <http://bibliotekar.ru/grazhdansiy-process-1/174.htm>
4. Калининская И.Р. «Медиация как способ снижения уровня конфликтности, и как способ повышения стрессоустойчивости социума» <http://pravotoday.in.ua/ru/press-centre/publications/pub-626/>
5. «судебная ошибка ценой в жизнь» <http://www.zasudili.ru/news/index.php?ID=1026>
6. Куликов В.Р. «Жертвоприношение. Как компенсировать вред человеку невинно осужденному» http://www.e1.ru/news/spool/news_id-360345.html
7. Сухов О.Л. «характеристика судебной ошибки» http://portal-law.ru/sudebnaja_entsiklopedija/dsfdg_dgfdg/
8. "Конвенция о защите прав человека и основных свобод" (Заключена в г. Риме 04.11.1950) (с изм. от 13.05.2004) (вместе с "Протоколом [N 1]" (Подписан в г. Париже 20.03.1952), "Протоколом N 4 об обеспечении некоторых прав и свобод помимо тех, которые уже включены в Конвенцию и первый Протокол к ней" (Подписан в г. Страсбурге 16.09.1963), "Протоколом N 7" (Подписан в г. Страсбурге 22.11.1984))

*Никушина А.Н.
студент 4го курса
Сарафанов А.Д.
магистрант 1го курса
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог*

ДОНСКИЕ ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРКИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассказывается о действующих индустриальных парках, расположенных в Ростовской области, а также о тех проектах, которые находятся на стадии разработки. Авторами обосновываются причины выбора территории Ростова-на-Дону, перспективность деятельности парков.

Ключевые слова: индустриальные парки, ТОР, инвестиции, региональное развитие, ростовская область.

*Nikushina A.N.,
4 th year student,
South Federal University,
Russia, Taganrog
Sarafanov A.D.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog*

DON INDUSTRIAL PARKS: TRENDS AND PROSPECTS

This article describes the existing industrial parks located in the Rostov region, as well as those projects that are under development. The author substantiates the reasons for choosing the territory of Rostov-on-Don, prospect activity parks.

Keywords: industrial parks, TOR, investments, regional development, Rostov region.

Индустриальным парком является территория, специально организованная для создания производства и оснащенная инфраструктурой, энергоснабжением, имеющая особый административно-правовые условия. В России на сегодняшний день, действует 120 индустриальных парков: для управления развитием парков и контроля соблюдения высоких стандартов качества создана Ассоциация индустриальных парков. [1]

В качестве примера рассмотрим одну из самых перспективных площадок в России для размещения новейших заводов и фабрик - Ростовскую область. Выделяют следующие факторы в пользу донских парков:

- государственные программы поддержки инвесторов, включающие сниженные налоги и специальные программы субсидирования, действующие только на территории Ростовской области
- упрощение бюрократических процедур;
- благоприятное территориальное расположение;

- массовость транспортировочных путей;
- наличие трудовых ресурсов.

Проект по созданию индустриальных парков в Ростовской области стартовал в 2012 году, и на сегодняшний день мы имеем 7 современных действующих площадок. Парки отличаются по своим масштабам, количеству резидентов и стоимости ресурсной базы. Из всех донских парков, можно выделить самые передовые и перспективные – это Красносулинский, Новоалександровский и Азовский парки (рис.1), преимущества которых рассмотрим далее.

Рис. 1

Донские индустриальные парки

ПАРКИ	РЕЗИДЕНТЫ
Красносулинский	производство листового стекла Guardian; производство промышленных газов Air Products; производство промышленных газов Praxair; производство промышленных минералов IMERYS; производство теплоизоляции из базальтового волокна «ТехноНИКОЛЬ»
Октябрьский	промышленный комплекс по выращиванию и переработке мяса индейки «Евродон»; производство стройматериалов «Металл-Дон»; домостроительный комбинат «Ирдон»; производство по переработке золошлаковых отходов «РокТрон»
Новоалександровский	завод по выпуску напитков Coca-Cola Hellenic (две очереди); производство алюминиевой банки Ball Packaging; Ростовский комбинат шампанских вин; молочный комбинат «Danone-Юнимилк»; производство крахмалопродуктов и глюкозо-фруктозных сиропов компании «Астон»; Ростовский лакокрасочный завод
Азовский	завод по выпуску снеков Frito Lay Manufacturing (PepsiCo); завод по производству безалкогольных напитков PepsiCo; производство полиэтиленовых и полипропиленовых труб «Нева пласт»
Матвеево-Курганский	цементный завод Lafarge; завод холодильного оборудования «Интертехника-юг» (ГК «Норд»)
Усть-Донецкий	проект строительства комбинированного мелкосортного прокатного стана компании «Евраз»
Гуковский	нет резидентов

Красносулинский индустриальный парк имеет хорошую транспортную доступность, развитую систему коммуникаций с перспективой роста парка. Мировой лидер стекольная компания Guardian имеет 12 заводов в Европе и России, самый мощный из них расположен в Красном Сулине. В 2016 году намечено открытие завода ТехноНиколь – европейского лидера отрасли изоляционных материалов.

Новоалександровский парк является первым подобным проектом в Ростовской области. Парк имеет развитую логистику и полную инфраструктурную оснащенность. Там находится самый большой завод по

выпуску напитков в Восточной Европе, построенный резидентом парка компанией **Coca-Cola Hellenic**. В этом году будет открыт завод по производству промышленного газа американской фирмы **Air Products**, отличающийся огромным инвестиционным фондом.

Азовский индустриальный парк также имеет развитую инфраструктуру, он отличается от остальных тем, что помимо автомагистральных путей имеет морской порт Азов. На его территории работает завод **PepsiCo (Frito Lay)** с объемом инвестиции порядка 180 млн.\$. Предприятие создало 1000 рабочих мест для жителей Азова, поддерживает местных производителей посредством закупки их картофеля. **PepsiCo** является «зеленым» производством: соответствует самым высоким стандартам в области экологии и энергопотребления.

Проект 2016 года - создание территории опережающего развития на базе шахтерского моногорода Гуково. В 2010 году предпринимались попытки воссоздать производство, но, к сожалению, из-за нехватки финансирования проект был остановлен. Теперь город ожидает инвесторов, привлеченных благоприятными условиями такими как господдержка, налоговые льготы и низкая стоимость аренды земли. Правительство РФ считает, что в перспективе Гуковский индустриальный парк станет самым быстрорастущим и выгодным на юге России. Причины этому 5% ставка по налогу на прибыль, освобождение от уплаты региональных налогов на имущество и земельного налога, а также сниженные ставки по другим платежам; самая низкая по области стоимость аренды земли. Гуково может стать удачным местом для производства с большими потребностями в газе и воде; помимо низких тарифов на подключение к коммуникациям, государство субсидирует половину этой стоимости.

Проекты по созданию индустриальных парков имеют большие перспективы. Можно отметить, что каждый из них работает в нескольких отраслях промышленности - это выгодное отличие от моногородов, а также предприятия парков стремятся к высоким стандартам качества и к экологичному производству. На наш взгляд, именно эти факторы во многом определяют успешность развития индустриальных парков страны.

Использованные источники:

1. Ассоциация индустриальных парков / Электронный ресурс: URL <http://www.indparks.ru/about/association/>
2. Агенство инвестиционного развития Ростовской области / Электронный ресурс: URL <http://www.ipa-don.ru/offers/projects/eg/>

*Никушина А.Н.
студент 4го курса
Сарафанов А.Д.
магистрант 1го курса
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог*

«УМНЫЙ» ГОРОД КАК ВЕКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Статья посвящена современному подходу к муниципальному управлению под названием «умный» город. В работе рассмотрены зарубежные проекты и характеристики, которыми должен обладать город для получения статуса «смайт». Авторами обосновывается необходимость продвижения человекоориентированных проектов и причины невозможности массового распространения постулатов в России.

Ключевые слова: «умный» город, смайт-сити, ИКТ, инновации.

*Nikushina A.N.,
4 th year student,
South Federal University,
Russia, Taganrog
Sarafanov A.D.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog*

"SMART" CITY AS A FACTOR OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT AREAS

The article is devoted to the modern approach to municipal management called "smart" city. The paper deals with foreign projects and specifications, which must have a city to obtain "smart" status. The authors justified the need to promote projects and causes humanitarian impossibility of mass distribution postulates in Russia.

Keywords: a "smart" city, smart city, ICT innovations.

Управление обширной территорией России с момента освоения земель и вплоть до советских годов предполагало создание городов около индустриального предприятия. Переход к постиндустриальному развитию меняет приоритетные направления: теперь город должен подстраиваться под нужды своих жителей. Данная парадигма привела к появлению термина «умный» город, который обеспечивает современное качество жизни путем внедрения инновационных технологий, основанных на принципах экономичного и экологичного использования городских систем жизнедеятельности.

«Умные» города в экономическом и социальном аспектах ориентированы на будущее: постоянный мониторинг транспортных наземных, подземных, морских транспортных узлов, энергосбережение, важнейших городских зданий нацелен на эффективное распределение ресурсов, обеспечение безопасности и защиту окружающей среды. Увеличение количества и совершенствование качества предоставляемых горожанам услуг, создает стабильную городскую среду, поддерживает

высокий уровень жизни в городе. Естественно, что основа «умного» города – это развитая система ИКТ, которая создана для удовлетворения потребностей человека.

Для России «умные» и технологически продвинутые города – это будущее, для некоторых мировых столиц – реальность. Существует множество методологий для определения уровня развития города. К числу «смарт» по разным версиям относят: Сеул, Токио, Шанхай, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Дубай, Каир, Амстердам, Барселона, Копенгаген, Хельсинки. «Смарт-сити» в своем арсенале имеют: повсеместное беспроводное интернет-подключение и простой доступ к государственным услугам онлайн, программы экологичного производства и сокращения вредного воздействия на природу, эффективные системы общественного транспорта и большое количество велосипедных дорожек, а также многие другие, повышающие качество жизни, программы.

Рассмотрим подробнее характеристики, которым должен соответствовать город для получения статуса «умного»:

1. Эффективная инновационная инфраструктура, включающая развитие сфер жилья, отдыха, бизнес-услуг и ИКТ. В долгосрочной перспективе роста городов наибольшее значение имеют высокотехнологичные сферы деятельности и высококвалифицированные кадры, умеющие решать проблемы «под другим углом». Необходимо оснащение города беспроводными сенсорными сетями, передающие информацию население или государственным органам в режиме «онлайн». Например, контроль загрязненности воздуха на улицах, регулирование автомобильного трафика. Эти и другие информационные данные способны значительно повысить качество жизни населения.

2. Четко определенная система управления. Реализация такого сложного проекта требует слаженной работы всех управленческих подразделений, а также соблюдения единых стандартов работ.

3. «Умные» горожане. Самые продвинутые средства ИКТ бесполезны, если пользователи некомпетентны. Всем категориям населения должен быть обеспечен доступ к обучению работе с устройствами.

Помимо вышеописанных характеристик, существуют иные ключевые особенности:

✓ Развитая инфраструктура «умного» города – это информационное пространство регулирующее функционирование всех систем жизнеобеспечения города.

✓ Жилищный фонд, удовлетворяющий современным потребностям. Приоритетные факторы: доступность, безопасность, комфортабельность и эстетичность.

✓ Коммунальное оснащение: электричество, вода, газ. Для «умного» города актуально эффективное использование ресурсов, снижение стоимости, а также уменьшение их негативного воздействия на окружающую среду.

✓ Транспортная система. Конечная цель – эффективное использование существующих дорожных узлов, минимальное использование личного транспорта, ориентация на пешеходов и общественный транспорт.

✓ Информационные и коммуникационные технологии. Исследователи выделяют несколько основных направлений ИКТ, способствующих кардинальному изменению городской жизни: онлайн доступ к сервисам и услугам, «умная» городская инфраструктура, обеспечение безопасности посредством ИКТ – это позволит значительно экономить время горожан.

✓ Система здравоохранения. Создание единой медицинской системы с доступом к полной истории болезни горожан. Большое значение имеет союзничество новейших технологий, образования и практических навыков при лечении.

✓ Система образования, предполагающая увеличение значимости и качества дистанционного обучения. Совмещение классических методов образования с новыми, технологичными.

✓ Безопасность. Помимо охраны жилья, зданий, включает в себя информационную безопасность, может осуществляться лишь в комплексе технологий и человеческих усилий.

✓ Общегородское развитие. Современный город должен уйти от индустриального образа, и, в первую очередь, быть комфортным для людей. Горожане должны иметь возможность участвовать в жизни города, знать основные направления деятельности местных властей и иметь возможность контакта с городскими лидерами.

В заключении следует отметить, что «умный» город относится к инфраструктурным проектам, бюджеты которых отличаются дороговизной, невзирая на факты строительства «с нуля» или же преобразование существующей территории. Учитывая состояние российских городов нельзя говорить о скором массовом внедрении «умных» городов, но возможным является проведение пилотного проекта.

Использованные источники:

1. Ганин О.Б., Ганин И.О. «Умный город»: перспективы и тенденции развития // Журнал ARS ADMINISTRANDI, №1, 2014.
2. Умный город: рождение детальной концепции // CNews Аналитика, 2013.

Новикова Т.В., к.э.н.

доцент

кафедра «Логистика»

*Сибирская государственная
автомобильно-дорожная академия*

Куриакова Н.Б., д.э.н.

*доцент, зав. кафедрой «Экономика транспорта,
логистика и управление качеством»*

Омский государственный университет путей сообщения

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ ПОТОКАМИ

В статье рассматриваются вопросы управления трудовыми потоками на макроуровне и на микроуровне. Представлены, разработанные авторами, макрологистическая и микрологистическая модели управления трудовыми потоками. Определены факторы внешней и внутренней среды предприятия, влияющие на движение рабочей силы.

Ключевые слова: трудовые потоки, логистика, трудовые ресурсы, моделирование, факторы

SIMULATION OF LOGISTICS MANAGEMENT OF LABOR FLOWS

The article examines the labor flow management issues at the macro level and the micro level. Model of macrologistical and mikrologistical labor flow management, developed by the authors, is presented. The factors of external and internal environment of the enterprise, affect the labor movement is determined.

Keywords: labor flows, logistics, workforce, modeling, factors

В условиях нестабильной экономики повышается интенсивность движения трудовых потоков. Принципиальное отличие логистического управления трудовыми потоками от традиционного заключается в выделении единой функции управления единой системой разрозненных потоков, которая должна обеспечивать эффективность этого процесса. При логистическом управлении объектами выступают трудовые потоки на макроуровне и на микроуровне.

Целью логистического управления трудовыми потоками является:

– на макроуровне – формирование основной стабильной части трудовых ресурсов, их оптимальное распределение в сферах экономической деятельности и эффективное использование, основанное на «шести правилах логистики», которые описывают конечную цель управления. Это означает, что управление трудовыми потоками должно происходить в соответствии с требованиями предприятий по уровню профессионального образования, с необходимой специальностью (направлением, профилем), в требуемом количестве, учитывая время и место востребованности кадров, и с минимальными затратами;

– на микроуровне (на предприятиях) – формирование основной стабильной части трудового коллектива оптимального по количественным и качественным параметрам, отвечающей требованиям среднесрочных и долгосрочных стратегий развития предприятия с учетом удовлетворения потребностей и интересов работников, также опираясь на «шесть правил логистики» [2, 8].

Учитывая взаимозависимость логистических процессов управления трудовыми потоками на всех уровнях управления, направления её

регулирующие должны разрабатываться на макро- и микроуровне:

- на макроуровне – на основе осуществления государственной политики в области развития рынка труда, отвечающей направлениям стратегии социально-экономического развития Российской Федерации;
- на микроуровне – на основе разработки и внедрения программ повышения эффективности управления персоналом на отдельных предприятиях.

Управление макрологистическими трудовыми потоками характеризуется тем, что предприятия руководят ими самостоятельно на основе разработанных государством стратегий, программ, законов, актов и других документов [1]. При этом объектами управления являются связи трудовых потоков между предприятиями. Показатели входящего трудового потока формируются на основании компетентностных требований предприятия, исходя из сложившейся производственной ситуации, показатели выходящего потока часто складываются случайным образом.

Для построения модели необходимо выделить следующие институциональные секторы [3]: домашние хозяйства; нефинансовые предприятия и организации (НПиО); финансовые организации (ФО); некоммерческие организации (НКО); государственное управление (ГУ), рынок труда и факторы рынка труда (инфраструктура, конъюнктура) (рис. 1).

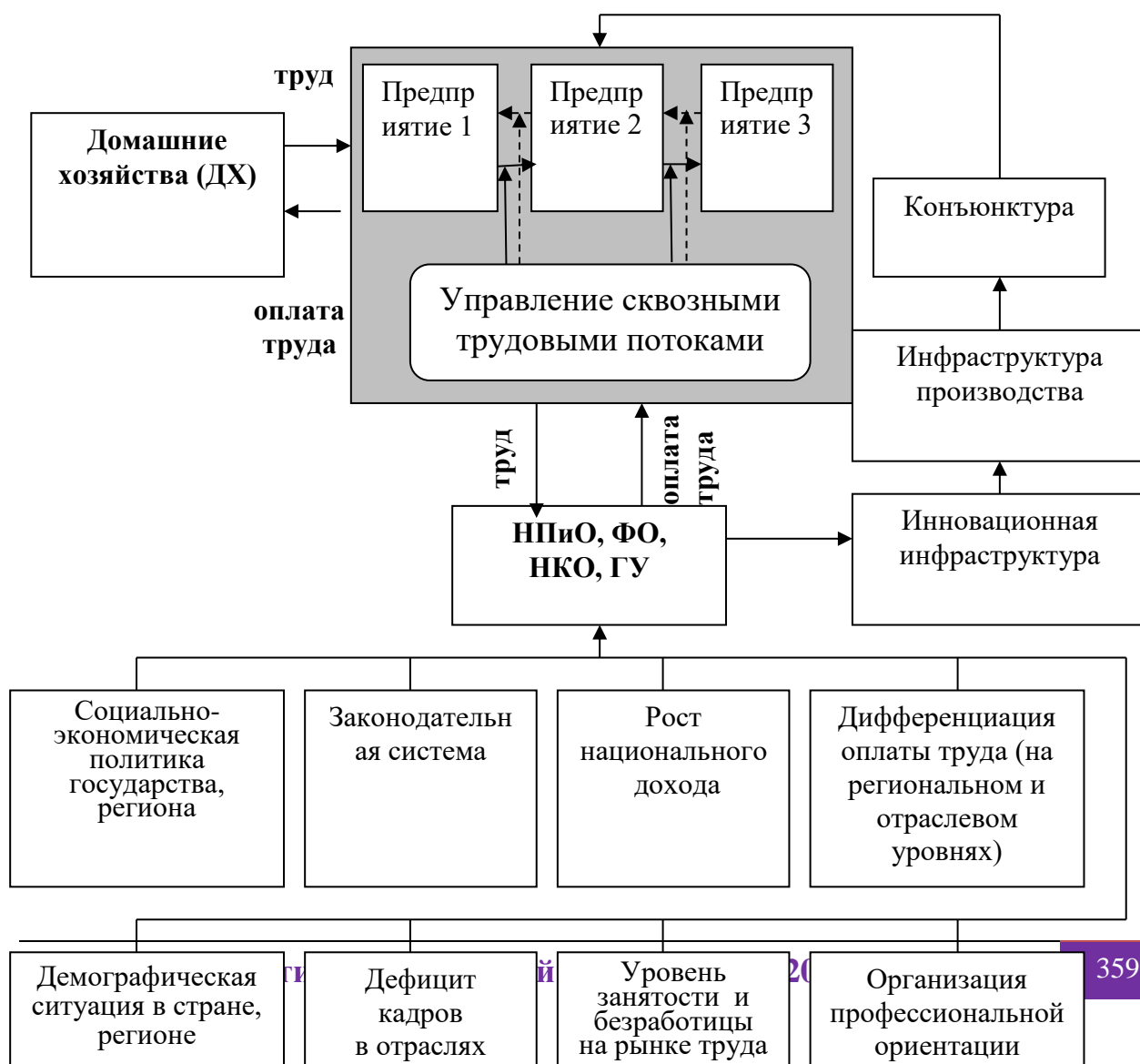


Рис. 1. Макрологистическая модель управления трудовыми потоками

На рисунке отображены трудовые потоки и движение оплаты труда, которые через рынок труда соединяет сектор домашних хозяйств с остальными институциональными секторами. Являясь важнейшей составной частью рыночной экономики, рынок труда представляет собой систему общественных отношений, призванных обеспечить нормальное воспроизводство и эффективное использование рабочей силы, он выполняет функции механизма распределения и перераспределения рабочей силы по отраслям экономики.

Основным элементом этого механизма является предложение рабочей силы, которое позволяет определить численность и состав различных категорий граждан попадающих на рынок труда (по полу, возрасту, образованию, профессиям, квалификации и другим характеристикам) [6].

Действие модели осуществляется следующим образом.

Институциональный сектор домашних хозяйств, который является источником и носителем рабочей силы в экономической системе осуществляет поставку труда как ресурса. Следует отметить, что труд может поставляться только совместно с их носителем – рабочей силой, обладающей определенным трудовым потенциалом. Трудовой ресурс совместно со способностями и готовностью рабочей силы к изменению места работы, положения и функций в сфере труда представляет собой базовый элемент трудового потока.

Затраты домашних хозяйств с позиции макрологистического управления трудовыми потоками возмещаются за счет оплаты труда, которая осуществляется в обмен на труд и является показателем уровня жизни населения региона. На рынке труда устанавливаются взаимосвязи между субъектами и объектами труда в процессе хозяйственной деятельности. Уровень логистического управления трудовыми потоками определяется совокупностью действия факторов внешней и внутренней среды институциональных секторов.

К факторам внешней среды относятся: социально-экономическая политика государства, региона; законодательная система; рост национального дохода; дифференциация оплаты труда (региональная, отраслевая); дефицит кадров в отраслях; уровень занятости и безработицы на рынке труда; организация профессиональной подготовки и ориентации.

Факторы внутренней среды включают следующие группы: первая группа – характеристика работников; вторая группа – условия предприятия; третья группа – отношение работников к мобильности.

Под воздействием факторов внешней и внутренней среды институциональных секторов происходят изменения в инновационной инфраструктуре региона, которые влияют на изменения сначала в инфраструктуре производства, а затем в конъюнктуре рынка труда, вызывающие неравенство потоков труда и оплаты труда, что и влечет за собой движение трудового потока.

Нацеленность государства на расширенное использование инноваций, повышение значимости интеллектуальных ресурсов общества влечет за собой становление инновационной инфраструктуры. Инновационная инфраструктура призвана генерировать новые знания, их масштабное народно-хозяйственное использование, развивать науку и технику, промышленные технологии и соответствующие институциональные сектора. Под инфраструктурой производства следует понимать совокупность объектов, создающих и обеспечивающих общие условия, необходимые для нормального функционирования общественного производства [1].

В зависимости от соотношения между спросом и предложением конъюнктура рынка труда может быть трех типов:

- а) трудодефицитной, когда рынок труда испытывает недостаток предложения труда;
- б) трудоизбыточной, когда на рынке труда имеются большое число безработных и соответственно избыток предложения труда;
- в) равновесной, когда спрос на труд соответствует его предложению.

Направления логистического управления трудовыми потоками на макроуровне разрабатываются на основе воспроизводственного принципа и различаются в зависимости от конкретных фаз:

– первая фаза – формирование рабочей силы. Представляет собой социально-экономическую основу, способствующую притоку квалифицированных кадров в отрасли экономики;

– вторая фаза – распределение рабочей силы. Сущность управления трудовыми потоками сводится к снижению стихийности в показателях входящего и выходящего трудового потока;

– третья фаза – перераспределение и использование рабочей силы. Суть управления трудовым потоком сводится к обеспечению профессиональной переподготовки трудоспособного населения, созданию условий для притока квалифицированных кадров в трудодефицитные регионы и отрасли, регулированию уровня заработной платы по отдельным регионам и отраслям. Таким образом, макрологистическая модель управления трудовыми потоками представляет собой крупную систему управления с применением посредников, функционирующую в определенной инфраструктуре рынка труда региона, страны. Единая система управления должна обеспечивать эффективное управление сквозным

движением трудовых потоков [7].

На микроуровне логистическое управление трудовыми потоками складывается исходя из управленческих функций системы по управлению персоналом и трудовой системы одного предприятия. При этом объектами управления являются трудовые потоки внутри предприятий и их связи друг с другом. Задача совершенствования трудовых потоков внутри предприятия, как правило, имеет приоритетное значение для всех подразделений предприятия (рис. 2).

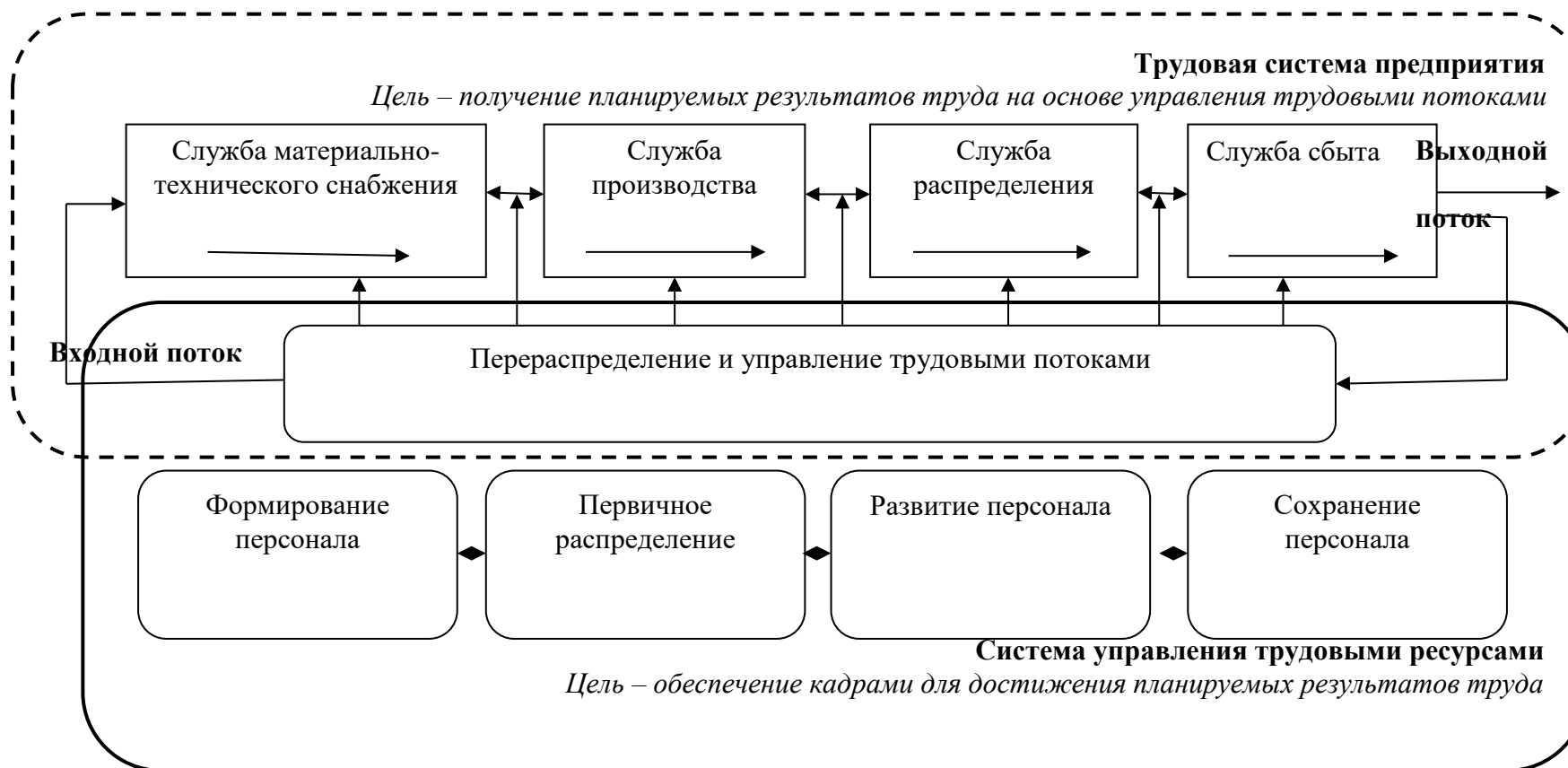


Рис. 2. Микрологистическая модель управления трудовыми потоками

Показатели выходящих трудовых потоков на предприятиях в современных условиях имеют нерегулярный характер и далеки от оптимальных. При логистическом управлении на микроуровне внутри предприятия выделяется и получает существенные права служба, приоритетной задачей которой является управление трудовыми потоками, т.е. потоками, которые поступают извне и распределяются по службам предприятия (материально-технического снабжения, производственные цеха, склады готовой продукции, сбыта продукции), затем либо развиваются, строят деловую и профессиональную карьеру на предприятии, либо выбывают с предприятия.

Функция формирования персонала предусматривает планирование потребности персонала по количественным и качественным параметрам, обеспечение кадрами по требуемым критериям. Первичное распределение включает определение рабочего места в соответствии с компетентностным уровнем персонала. Подсистема развития персонала отвечает за организацию повышения квалификации, обучения, профессиональной переподготовки, предусматривает формирование профессиональной карьеры персонала, периодическую его оценку, служебное продвижение. Сохранение персонала осуществляется на основе поддержания конкурентоспособности предприятия, выявления причин текучести кадров, совершенствования системы мотивации.

Подсистема перераспределения и управления трудовыми потоками направлена на развитие трудовой мобильности персонала, обеспечение эффективности его труда, соблюдение требований охраны труда и поддержания здоровья персонала. Кроме того, отдельно выделена система общего управления персоналом, которая охватывает следующий круг важных вопросов: формирование социальной политики предприятия; разработка и внедрение правил и норм корпоративной культуры; повышение эффективности кадрового делопроизводства; автоматизация процессов по управлению персоналом, применение передовых информационных и управленческих технологий.

Связи между трудовой системой предприятия и системой управления трудовыми ресурсами позволяют объединить функции и задачи логистического управления трудовыми потоками в единое целое с производственным процессом (трудовой системой предприятия), что способствует лучшему достижению обозначенных целей при минимальных издержках.

Таким образом, результатом логистического управления трудовыми потоками на предприятии, по мнению авторов, является оптимизация показателей трудовых потоков как на входе и внутри предприятия, так и на выходе из него, что способствует повышению производительности и эффективности труда работников, снижает уровень стихийного движения трудового потока.

Использованные источники:

1. Новикова Т.В. Проблемы планирования подготовки и распределения специалистов в области транспортной логистики // Сборник трудов конференции "Развитие дорожно-транспортного и строительного комплексов и освоение стратегически важных территорий Сибири и Арктики: вклад науки Материалы международной научно-практической конференции". – Омск: Изд-во СибАДИ, 2014. – С. 66-69.
2. Новикова Т.В. Трудовая мобильность молодежи на промышленных предприятиях в условиях нестабильной экономики: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Омск, 2009. – 28 с.
3. Новикова Т.В. Эшелонированная макрологистическая модель трудовой мобильности рабочей силы // Экономика и социум. – 2014. – № 3. – С. 674.
4. Потуданская В.Ф., Цыганкова И.В., Новикова Т.В. Проблемы функционирования социотехнологических систем в условиях развития инновационных технологий // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2011. – № 7. – С. 94-99.
5. Потуданская В.Ф., Цыганкова И.В., Новикова Т.В. Роль внутренних и внешних факторов в процессе формирования и функционирования социотехнологических систем // Креативная экономика. – 2011. – № 12. – С. 72-78.
6. Потуданская В.Ф., Новикова Т.В. Трудовая мобильность как обмен знаниями в условиях инновационного развития промышленности // Креативная экономика. – 2013. – № 5 (77). – С. 10-15.
7. Потуданская В.Ф., Новикова Т.В., Ваховский В.В. Трудовая мобильность как индикатор конкурентоспособности персонала // Российское предпринимательство. – 2013. – № 15 (237). – С. 85-95.
8. Новикова Т.В. Трудовая мобильность молодежи на промышленных предприятиях в условиях нестабильной экономики: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Поволжская академия государственной службы. Омск, 2009. – 235 с.

*Носова Д.А.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ В ПЕРИОД ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В статье проанализированы методы планирования на предприятии в период финансово-экономического кризиса. Выделены сценарии оценки финансового планирования на предприятии, главные задачи финансового планирования деятельности предприятия, а также методы и финансовые планы.

Ключевые слова: *планирование, финансово-экономический кризис.*

The article analyzes the methods of planning in the company during the financial and economic crisis. Obtained scenario evaluation of financial planning at the enterprise, the main objectives of financial planning of the company, as well as the methods and financial plans.

Keywords: *planning, financial and economic crisis.*

В наше время явления связанные с кризисом продолжают усугубляться, ставя новые задачи перед наукой и практикой управления предприятиями. В финансово-экономической ситуации, во-первых, появляются вопросы эффективного функционирования хозяйствующих субъектов. Задачей в данном случае будет являться обеспечение чёткого использования существующих систем и методов рационального управления на основе совершенствования финансового планирования в соответствии с изменившимися макроэкономическими условиями. Во время финансового кризиса роль планирования в практической деятельности предприятий однозначно возрастают и большинство руководителей уже признают его необходимость. В связи с деятельностью планирования, особо острыми становятся вопросы формирования, использования и постоянного совершенствования системы финансового планирования, выступающего инструментом эффективного функционирования предприятий. Планирование в системе управления предприятием играет ведущую роль. Сегодня вопрос о планировании остро встал на всех уровнях управления. Опыт работы предприятий показывает, что изменения, касающиеся планирования в России, могут только снизить расхождения плановых и фактических значений показателей, что конечно актуально в условиях нестабильности внешней среды. По возможности надо использовать к финансовому планированию на предприятиях новые подходы.

Хочу отметить, что жизнедеятельность фирмы невозможна без планирования, ведь "слепое" тяготение к получению прибыли так же может прибегнуть к быстрому провалу. Наша нынешняя экономическая ситуация, которая ведёт к переходу к рыночным отношениям, даёт предприятиям совершенно новый подход к внутрифирменному планированию. Однако, планирование необходимо каждому предприятию, которое будет совершать какое-то действие в будущем. Предприятия должны искать для себя такие формы и модели планирования, которые им обеспечили бы максимальную эффективность принимаемых решений.

Финансовое планирование воплощает разработанные стратегические цели в форму конкретных финансовых показателей, осуществляет поиск источников финансирования инвестиционных проектов, а также оценивает возможности предприятия в принятии верных управленческих решений.

Главными задачами финансового планирования деятельности

предприятия отражаются в контроле за финансовым состоянием, платежеспособности и кредитоспособности предприятия в обеспечении необходимыми финансовыми ресурсами производственной, инвестиционной и финансовой деятельности, и конечно же в выявлении внутрихозяйственных резервов увеличения прибыли за счет экономного использования денежных средств.

Планирование финансовых показателей происходит с использованием различных методов. В финансовом планировании используются методы:

4. метод экономического анализа,
5. нормативный метод,
6. метод балансовых расчетов,
7. метод денежных потоков,
8. метод многовариантности расчетов,
9. методы экономико-математического моделирования.

Также можно разделить финансовые планы на перспективные, текущие и оперативные.

Перспективный план, осуществляется в периоде от 1 года до 5 лет, а так же содержит разработку финансовой стратегии и финансовой политики предприятия.

Стратегический финансовый план, будет определять важные показатели, пропорции и темпы расширенного воспроизводства, которые являются главной формой реализации целевых установок. Он составляет коммерческую тайну.

Текущее финансовое планирование осуществляется на основе показателей перспективного плана и представляет собой его конкретизацию применительно к предстоящему году. Текущий план создается на один год. Чтобы достичь точности результата осуществляют дробление планового периода на квартал и полугодия.

Оперативное финансовое планирование дополняет текущее, с помощью его осуществляется повседневный контроль и финансовый успех предприятия.

Итак, можно сказать, что основной целью любого предприятия является получение прибыли, а это невозможно без тщательного планирования всех финансовых потоков и процессов предприятия, внешних и внутренних связей.

Финансовое планирование оказывает воздействие на все стороны деятельности хозяйствующего субъекта посредством выбора объектов финансирования, направление финансовых средств и способствует рациональному использованию трудовых, материальных и денежных ресурсов.

Подводя итоги можно сделать вывод: жизнедеятельность предприятия невозможна без эффективного финансового планирования не только в период финансово-экономического кризиса, но и на любой стадии

предприятия.

Использованные источники:

1. Дмитриев, С.П. Особенности кредитования сельхозпроизводителей в современных условиях / С.П. Дмитриев, А.В. Жирнов // Международный научный журнал. - 2015. - № 6. – С. 34-38.
2. Жирнов, А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
3. Жирнов А.В. Количественная и вероятностная составляющие риска как основа для классификации факторов его возникновения /А.В.Жирнов //Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. - №37-2. – С.93-97
4. Жирнов, А.В. Методика и результаты исследований социальной ответственности агробизнеса /А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин //Международный технико-экономический журнал. -2013. - №6. – С. 65-68
5. Жирнов, А.В. Экономические санкции и продовольственная безопасность / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения» Ульяновск, 2015. – С.147-149
6. Лапшина, Г.В. О направлениях государственной поддержки малых форм хозяйствования на селе / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин //Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина». -2012. - №1 (52). – С. 111-112.
7. Смирнова, Е.А. Оценка влияния производительности труда на прибыль – основной показатель конкурентоспособности предприятия / Е.А. Смирнова // Материалы II – ой Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: Опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск: УГСХА, 2010. – с. 189 – 194.
8. Шленкин К.В. Программы охраны труда и социальная ответственность менеджмента / К.В. Шленкин, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. – 2014. - № 3-3 (12). – С. 596-599

Овчинникова И.В.
старший преподаватель
кафедра управленческого учета и анализа
ФГБОУ ВПО «Кузбасский государственный технический
университет им. Т.Ф. Горбачева»
Шаров А.П.
студент 3 курса
специальность «Экономическая безопасность»
Россия, г. Кемерово

КАТЕГОРИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ, КАК МЕТОД АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Аннотация: В статье рассмотрено внедрение системы категорирования объектов для повышения защищенности стратегических объектов и уменьшения последствий от террористических актов за счет эффективного использования ресурсов, оптимизации системы защиты и дифференцированного подхода к объекту в зависимости от его категории.

Ключевые слова: безопасность, категорирование объектов, антитеррористическая защита, чрезвычайные ситуации.

В современном мире, с усилением конфессиональной *дифференцированности* населения, ростом числа радикально настроенных религиозных группировок, повышением активности бандформирований на Ближнем Востоке, необходимо проводить целый комплекс мер по защите населения от воздействия данных негативных тенденций. Для того чтобы обеспечить должный уровень защиты, в первую очередь, необходимо обезопасить стратегические объекты. Таким образом, одним из методов повышения безопасности населения, является категорирование объектов.

Категорирование объектов (определение категории) по степени их потенциальной опасности осуществляется с целью дифференциации требований по физической защите и охране объектов и определения соответствия созданной системы безопасности объекта, требуемому уровню достаточности мероприятий по физической защите и охране объекта.

Под объектами промышленности и энергетики понимаются предприятия (заводы, фабрики, комбинаты и т.д.) в сфере машиностроения, металлургической, химической, нефтехимической, биотехнологической, медицинской, легкой, лесной, целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей, авиационной, судостроительной, электронной промышленности, промышленности строительных материалов, средств связи, радиопромышленности, промышленности боеприпасов, специальных технологий, специальной химии и химического разоружения, промышленности обычных вооружений, предприятия энергетики, топливно-

энергетического, нефтегазового комплексов и магистральных нефтяных и газовых трубопроводных систем.

Категории объекта по степени потенциальной опасности – это условный индекс, характеризующий степень потенциальной опасности объекта и определяемый величиной социально-экономических последствий аварий (инцидентов) на объекте.

Категорирование объектов проводится по потенциальной опасности объекта в случае совершения на нем террористического акта и с учетом важности объекта, определяемой его значением для обеспечения интересов общества и государства.

Отнесение объекта к той или иной категории производится исходя из масштабов возможных социально-экономических последствий аварий (инцидентов) на объекте в результате совершения на нем террористического акта.

Социально-экономические последствия характеризуются следующими показателями:

- количество пострадавших людей;
- экономический ущерб.

Важность объекта с точки зрения его значения для обеспечения интересов общества и государства, которая характеризуется следующими показателями:

- категория объекта по гражданской обороне;
- категория объекта по режиму секретности;
- категория объекта по химической опасности;
- категории зданий, сооружений по пожаровзрывоопасности.

Нормативные значения присвоенных категорий объекта по гражданской обороне, по режиму секретности, по химической опасности, по пожаровзрывоопасности являются критериями отнесения объекта к категориям по степени потенциальной опасности с учетом важности объекта.

Устанавливаются три категории объектов по степени их потенциальной опасности с учетом их важности: высокая, средняя, низкая.

В соответствии с классификацией чрезвычайных ситуаций, принятой в постановлении Правительства Российской Федерации «О классификации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 13 сентября 1996 года № 1094 предполагается, что:

-чрезвычайные ситуации, возникающие в результате террористического акта на объектах высокой категории и развивающиеся по пессимистическому сценарию, могут приобрести трансграничный и федеральный масштаб;

-чрезвычайные ситуации, возникающие в результате террористического акта на объектах средней категории и развивающиеся по пессимистическому сценарию, могут приобрести региональный и

территориальный масштаб;

-чрезвычайные ситуации, возникающие в результате террористического акта на объектах низкой категории и развивающиеся по пессимистическому сценарию, могут приобрести местный и локальный масштаб.

Объект вносится в перечень категорируемых объектов, если выполняется хотя бы одно из следующих условий:

- объекту присвоена какая-либо категория по гражданской обороне;
- объекту присвоена категория по режиму секретности;
- в составе объекта есть помещения и/или здания, которым присвоена категория по взрывопожарной и пожарной опасности согласно Нормам пожарной безопасности 105-2003 («Определение категорий помещений и зданий по взрывопожарной и пожарной опасности»);
- объекту присвоена категория по степени химической опасности;
- численность персонала объекта свыше 500 человек;
- материальные активы объекта превышают 500 тыс. МРОТ.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что внедрение системы категорирования объектов позволяет дифференцировать объекты промышленности и энергетики с целью построения системы их безопасности и, как следствие, повысить уровень *антитеррористической защиты населения*.

Использованные источники:

1. О промышленной безопасности опасных производственных объектов [Текст]: Федеральный закон от 21 июля 1997 г. № 116-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1997. - № 30. – Ст. 3588.
2. Об утверждении перечня федеральных органов исполнительной власти, участвующих в пределах своей компетенции в предупреждении, выявлении и пресечении террористической деятельности [Текст]: Постановление Правительства РФ от 22 июня 1999 г. № 660 // Собрание законодательства РФ. – 1999. - № 27. – Ст. 3363.
3. О декларации безопасности промышленного объекта Российской Федерации [Текст]: Постановление Правительства РФ от 1 июля 1995 г. № 675 // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 28. – Ст. 2692.
4. О классификации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера [Текст]: Постановление Правительства РФ от 13 сентября 1996 г. № 1094 // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 39. – Ст. 4563.
5. ГОСТ Р 22.0.02-94. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Термины и определения основных понятий. – М. : Изд-во стандартов, 1995.

*Огородникова И. И., к.социол.н.
доцент
кафедра «Финансов, денежного обращения и кредита»
Тюменский государственный университет
Финансово-экономический институт
Киселёва Е.А.
студент 4 курса
направление «Экономика»
профиль «Финансы и кредит»
Россия, г. Тюмень*

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

Статья посвящена одной из форм инвестирования. В данной статье рассматривается сущность венчурного финансирования, его главные особенности, основные участники, а также преимущества и недостатки.

Ключевые слова: Венчурное финансирование, венчурный капитал, венчурный фонд, фонд прямых инвестиций, фирма венчурного капитала, частный инвестор венчурного капитала.

Понятие «венчур» в переводе с английского языка означает «риск», «рискованное начинание». Финансирование – обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами затрат на осуществление чего-либо. Отсюда можно сделать вывод, что венчурное финансирование – это инвестирование капитала в рискованные предпринимательские проекты. На практике венчур проявляется в виде особых экономических отношений, которые характеризуются тем, что ключевая роль в успехе компании принадлежит инвестору. Он принимает участие в управлении и передаче основателям компании опыта ведения бизнеса, полезных связей и навыков. Венчурный капитал – долгосрочный, рискованный капитал, инвестируемый в акции новых и быстрорастущих компаний с целью получения высокой прибыли в будущем.¹⁸ Согласно определению Европейской ассоциации венчурного капитала – это долевой капитал, предоставляемый профессиональными фирмами, инвестирующими и совместно управляющими стартовыми, развивающимися или трансформирующимися частными компаниями, демонстрирующими потенциал для существенного роста.¹⁹

Особенности венчурного капитала:

¹⁸ Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей. Понятие венчурного капитала.

¹⁹ Мировая экономика. Финансы и инвестиции. Понятие венчурного капитала.

- активное участие инвестора с целью минимизации рисков в управлении;
- характеризуется долговременным отсутствием ликвидности, временной горизонт 5-7 лет;
- связан с инновационной и научно-технической деятельностью;
- характеризуется высокими затратами на предварительные исследования;
- возврат по инвестициям осуществляется за счёт продажи акций (долей в акционерном капитале) венчурных организаций.

Венчурный капитал предоставляется формальным и неформальным секторами: В формальном секторе преобладают фирмы (или фонды) венчурного капитала (ФВК). ФВК, являющиеся по организационно-правовой форме партнёрствами и объединяющие ресурсы ряда инвесторов: частных и государственных пенсионных фондов, благотворительных фондов, корпораций, частных лиц и самих венчурных капиталистов - владельцев ФВК. Кроме ФВК участниками формального сектора являются специальные подразделения или дочерние предприятия коммерческих банков или нефинансовых промышленных корпораций. Осуществлять венчурные инвестиции возможно как через непосредственно венчурные фонды, так и через фонды прямых инвестиций. Участниками неформального сектора являются частные инвесторы венчурного капитала. Инвестиции неформального сектора особенно важны на самых ранних стадиях развития стартовых фирм, когда они нуждаются в капитале для разработки концепции продукта и опытного образца, в то время как формальный сектор более активен на стадии быстрого роста фирмы, если требуются средства на расширение производства и объёма продаж.²⁰

Венчурное финансирование имеет ряд преимуществ:

- привлечение денежных средств для реализации рискованных, но перспективных и доходных проектов;
- отсутствие промежуточных дивидендов, залогов;
- предоставление средств в короткое время и др.

Среди недостатков финансирования стоит отметить:

- затрудненность поиска вкладчиков;
- высокие требования к предоставлению информационных данных;
- интервенция вкладчика в процесс управления проектом и др.²¹

Венчурное финансирование становится в нашей стране всё более доступным, а число проектов, получивших финансирование, исчисляется не одной сотней. На рынок пришло много компаний, которые своим появлением должны быть обязаны именно такому явлению, как венчурное

²⁰ Электронный бюллетень. Технологический бизнес. Роль венчурного капитала в финансировании малого инновационного бизнеса. Перечень участников венчурного финансирования.

²¹ Бизнес портал для предпринимателей России. Понятие и этапы венчурного финансирования. Преимущества и недостатки венчурного финансирования.

финансирование. Сейчас можно смело утверждать, что работа с венчурными инвесторами перестала быть чем-то абстрактным и превратилась в нормальный этап развития каждой инновационной компании.

VENTURE FINANCING

The term "venture" in the translation from English means "risk", "venture." Financing - providing the necessary financial resources for the implementation of the cost of something. It can be concluded that venture capital - a capital investment in risky entrepreneurial projects. In practice, the venture is manifested in the form of special economic relations, which are characterized by the fact that the key role in the success of the company owned by the investor. He takes part in the management and transfer of the founders of the company business experience, good relationships and skills. Venture capital - long-term, venture capital invested in the stock of new and growing companies in order to obtain high profits in the future. According to the definition of the European Venture Capital Association - is an equity capital provided by professional firms, investing and co-managers of starting, developing or transforming private companies that demonstrate potential for significant growth.

Features of venture capital:

- The active participation of the investor in order to minimize risks in the management;
- Is characterized by long-term lack of liquidity, time horizon of 5-7 years;
- Is associated with innovation, scientific and technical activities;
- Is characterized by the high cost of preliminary studies;
- Return on investments made through the sale of shares (stakes in the authorized capital) of venture capital organizations.

Venture capital is provided formal and informal sectors: The formal sector is dominated by companies (or funds), venture capital (CCF). CCF, which are on the legal form of partnership and combining the resources of a number of investors: private and public pension funds, foundations, corporations, individuals and venture capitalists themselves - the owners of the CCF. Furthermore CCF participants in the formal sector are special units or subsidiaries of commercial banks or non-industrial corporations. To carry out venture capital investments is possible both directly through venture capital funds, as well as through private equity funds. Participants in the informal sector are private venture capital investors. Investments in the informal sector are particularly important at the earliest stages of development, starting businesses when they need capital for development of product concepts and prototype, while the formal sector is more active in the company's rapid growth stage, if required funds for the expansion of production and sales volume.

Venture financing has several advantages:

- Raising funds for the implementation of risky but promising and profitable projects;
- The absence of interim dividends, collateral;

- The provision of funds in a short time, and others.

Among the drawbacks of funding worth noting:

- Difficulty in search of investors;

- High requirements to provide information data;

- Investor's intervention in the project management process, and others.

Venture financing in our country becomes more and more affordable, while the number of projects that have received funding shall be calculated not by one hundred. On the market it's a lot of companies that its appearance should be required is the phenomenon of venture financing. Now we can safely say that working with venture capital investors ceased to be something abstract and become a normal stage of development of each company's innovation.

Использованные источники:

1. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей. Понятие венчурного капитала. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://innovative_activities.academic.ru/183

2. Мировая экономика. Финансы и инвестиции. Понятие венчурного капитала. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.globfin.ru/articles/funds/zfund.htm>

3. Электронный бюллетень. Технологический бизнес. Роль венчурного капитала в финансировании малого инновационного бизнеса. Перечень участников венчурного финансирования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.techbusiness.ru/tb/archiv/number1/page02.htm>

4. Бизнес портал для предпринимателей России. Понятие и этапы венчурного финансирования. Недостатки венчурного финансирования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biznes-prost.ru/ponyatie-i-etapy-venchurnogo-finansirovaniya.html>

Пальмов С.В., к.техн.н.

доцент

кафедра «Информационные системы и технологии»

Поволжский государственный университет

телекоммуникаций и информатики

Французова Е.Н.

студент 3 курса

факультет «Информационные системы и технологии»

Россия, г. Самара

АЛГОРИТМЫ ПОИСКА АССОЦИАТИВНЫХ ПРАВИЛ

В данной статье рассмотрены основные алгоритмы поиска ассоциативных правил. Дана их краткая характеристика. Описана работа алгоритма Apriori. Обозначены направления развития возможностей алгоритмов поиска ассоциативных правил.

Ключевые слова: анализ рыночной корзины, ассоциативные правила,

транзакция, Apriori, AIS, SETM.

AN OVERVIEW OF ASSOCIATION RULES MINING ALGORITHMS

In this article the basic association rules algorithms is considered. It presents a brief description of them. The functioning of Apriori algorithm is described. Directions of development opportunities of association rules algorithms is indicated.

Keywords: market basket analysis, association rules, transaction, Apriori, AIS, SETM.

На сегодняшний день изучено огромное количество алгоритмов поиска ассоциативных правил (АП). Основные из них это - AIS, SETM и Apriori.

AIS – алгоритм поиска АП, был разработан сотрудниками исследовательского центра IBM Almaden в 1993 году. С этой работы начался интерес к ассоциативным правилам; на середину 90-х годов прошлого века пришелся пик исследовательских работ в этой области, и с тех пор каждый год появляется несколько новых алгоритмов. В алгоритме AIS кандидаты множества наборов генерируются и подсчитываются "на лету", во время сканирования базы данных. [1]

SETM – алгоритм поиска АП, был создан в качестве реализации идеи использования языка SQL для вычисления часто встречающихся наборов товаров. Алгоритм SETM формирует кандидатов "на лету", основываясь на преобразованиях базы данных, данная методика практиковалась и в AIS. SETM отделяет формирование кандидата от их подсчета для того, чтобы использовать операцию объединения языка SQL при формировании кандидата. [3]

Недостаток алгоритмов AIS и SETM - излишняя генерация и осуществление проверок множества кандидатов, которые в конечном этапе оказываются не часто встречающимися.

Apriori – стал основным алгоритмом, который применяется для получения АП. Он был предложен для улучшения работы алгоритмов AIS и SETM. Его автором является Ракеш Агравал (Rakesh Agrawal) в настоящее время работающий в Microsoft Research. [2]

Алгоритм Apriori предназначен для поиска всех частых множеств признаков. Он является поуровневым, использует стратегию поиска в ширину и осуществляет его снизу-вверх. С момента своего создания, Apriori уже был несколько раз модифицирован. Работы по улучшению скорости работы ведутся и по сей день.

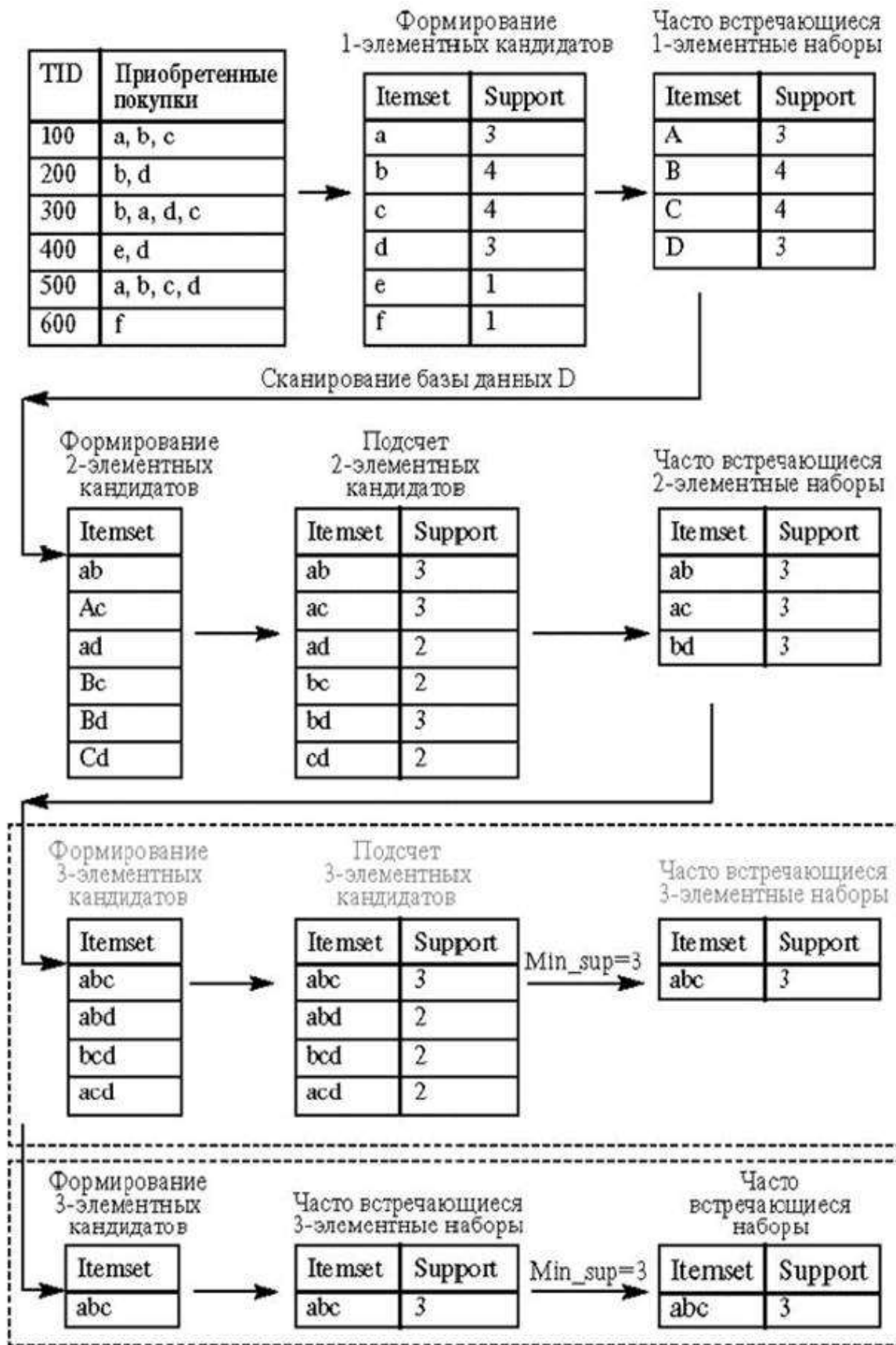


Рис.1. Алгоритм Apriori

Впервые метод поиска АП был предложен для разработки шаблонов

покупок, совершаемых в магазинах, в связи с этим её стали называть анализом рыночной корзины, т.е. набора товаров, приобретённых покупателем в рамках одной отдельно взятой транзакции. [1]

В настоящее время данный метод применяется в самых разных областях:

- предоставление рекомендаций при совершении покупок;
- поиск ошибок в базах данных;
- медицинская диагностика;
- анализ белковых последовательностей;
- анализ погодных явлений и т.д. [4]

Одной из основных задач исследований на тему АП является улучшение алгоритмов поиска ассоциативных правил. Благодаря алгоритму поиска АП можно легко угадать какой товар на «рынке» будет востребован больше всего, изучив транзакции магазина или проведя социологический опрос населения, вычислить какая погода будет в тот или иной период времени, проанализировав температурные скачки за последние 5, 10 или 20 лет. Данный метод очень необходим в нашей жизни, качество работы алгоритма необходимо улучшать!

Использованные источники:

1. Введение в ассоциативные правила: [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.intuit.ru/studies/courses/6/6/lecture/186?page=1. (Дата обращения: 13.03.2016)
2. Кондрашова И.А., Бежитская Е.А.- Научная статья на тему Анализ рыночной корзины.: [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynochnoy-korziny>. (Дата обращения: 13.03.2016)
3. Методы поиска ассоциативных правил: [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.intuit.ru/studies/courses/6/6/lecture/186?page=3. (Дата обращения: 13.03.2016)
4. Области применения ассоциативных правил: [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.cyberforum.ru/projects/thread1355906.html. (Дата обращения: 13.03.2016)
5. Палкин Н.Б., Орешков В.И. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям: Учебное пособие. 2-е изд., испр. –СПб.: Питер, 2013. – 704 с.: ил.

*Переверзева А.А.
студент 2 курса
Юридический факультет
Северокавказский филиал Российский
Государственный университет правосудия
Россия, г. Краснодар*

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАДАСТРОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Статья посвящена содержанию государственного земельного кадастра, а так же основе регулирования кадастровых отношений. В ней рассматриваются функции государственного регулирования общественных отношений.

Ключевые слова: земельный кадастр, регулирование кадастровых отношений, государственный кадастр недвижимости, государственный кадастровый учет.

Кадастровые отношения это отношения, возникающие в связи с ведением государственного кадастра недвижимости, осуществлением государственного кадастрового учета недвижимого имущества и кадастровой деятельности.

Кадастровые отношения регулируются Федеральным законом от 24 июля 2007 г. N 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости». В данном законе указано, что:

1. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие в связи с ведением государственного кадастра недвижимости, осуществлением государственного кадастрового учета недвижимого имущества и кадастровой деятельности (далее - кадастровые отношения).

2. Государственный кадастр недвижимости является систематизированным сводом сведений об учтенном в соответствии с настоящим Федеральным законом недвижимом имуществе, а также сведений о прохождении Государственной границы Российской Федерации, о границах между субъектами Российской Федерации, границах муниципальных образований, границах населенных пунктов, о территориальных зонах и зонах с особыми условиями использования территорий, иных предусмотренных настоящим Федеральным законом сведений. Государственный кадастр недвижимости является федеральным государственным информационным ресурсом.

Государственный земельный кадастр является систематизированным сводом документированных сведений, получаемых в результате проведения государственного кадастрового учета земельных участков, о местоположении, целевом назначении и правовом положении земель РФ и сведений о территориальных зонах и наличии расположенных на земельных участках и прочно связанных с этими земельными участками объектов (ст. 1 Закона о государственном земельном кадастре). Правовое регулирование деятельности по ведению государственного земельного кадастра и

использования его сведений осуществляется в соответствии с Конституцией РФ Законом о государственном земельном кадастре, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ, а также принимаемыми в соответствии с Законом о государственном земельном кадастре и иными нормативными правовыми актами субъектов РФ (ст. 3 Закона о государственном земельном кадастре). Государственный земельный кадастр создается и ведется в целях информационного обеспечения:

- государственного и муниципального управления земельными ресурсами;
- государственного контроля за использованием и охраной земель;
- мероприятий, направленных на сохранение и повышение плодородия земель;
- государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним;
- землеустройства;
- экономической оценки земель и учета стоимости земли в составе природных ресурсов;
- установления обоснованной платы за землю;
- иной связанной с владением, пользованием и распоряжением земельными участками деятельности (ст. 4 Закона о государственном земельном кадастре).

Указанные сведения содержатся в Государственном кадастре недвижимости в объеме, необходимом для осуществления государственного управления земельными ресурсами.

Нормативные правовые акты в области государственного регулирования отношений в сфере кадастровых отношений применяются в соответствии с настоящим Федеральным законом от 24 июля 2007 г. N 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости», ст. 2. В ней говорится о том, что:

Правовую основу регулирования кадастровых отношений составляют Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Земельный кодекс Российской Федерации, Лесной кодекс Российской Федерации, Водный кодекс Российской Федерации, Градостроительный кодекс Российской Федерации, Жилищный кодекс Российской Федерации, настоящий Федеральный закон, другие федеральные законы и издаваемые в соответствии с ними иные нормативные правовые акты Российской Федерации.

Функций государственного регулирования земельных отношений вытекают из полномочий Российского государства, распространяющихся как на объекты государственной, так и на объекты иных форм собственности.

Основными функциям государственного регулирования земельных отношений являются:

1. определения целевого назначения земель, перевод их из одной

категории в другую;

2. планирование использования земель;
3. предоставление и изъятие земель, создание и развитие рынка недвижимости;
4. охрана земель и контроль за их использованием;
5. осуществление землеустройства, мониторинга и ведение государственного земельного кадастра;
6. обеспечение исполнения земельного законодательства.

Подводя итог можно сказать, что ограничение функций государственного регулирования земельных отношений имеет большое практическое значение, поскольку позволяет правильно определить предмет правового регулирования каждой из них, а значит, и правильно квалифицировать нужную правовую ситуацию.

Кроме того, в связи с тем, что многие положения настоящего Федерального закона от 24 июля 2007 г. N 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости» требуют принятия соответствующих подзаконных актов, приняты и продолжают разрабатываться необходимые постановления Правительства РФ (например, Постановление Правительства РФ от 12 июня 2008 г. N 456 "О Федеральном агентстве кадастра объектов недвижимости"), а также документы, принимаемые органом нормативно-правового регулирования в сфере кадастровых отношений (Приказ Минюста РФ от 20 февраля 2008 г. N 35 "Об утверждении Порядка ведения государственного кадастра недвижимости", Приказ Минюста РФ от 18 февраля 2008 г. N 32 "Об утверждении форм кадастровых паспортов здания, сооружения, объекта незавершенного строительства, помещения, земельного участка" и др.).

использованные источники:

1. Дудник Д.В. Экономическое содержание основных функций государственного управления земельными ресурсами Российской Федерации // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2009. № 19. С. 30-35.
2. Дудник Д.В. Принципы экономического управления земельными ресурсами Российской Федерации // Предпринимательство. 2009. № 2. С. 35-39.
3. Дудник Д.В. Оценка эколого-экономического риска в процессе рационального природопользования при осуществлении эколого-экономического управления земельными ресурсами региона (по материалам Краснодарского края) // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. № 5. 2012. <http://uecs.ru>
4. Дудник Д.В. Механизм оценки эколого-экономической эффективности управления земельными ресурсами в системе природопользования региона // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 45 (9). С. 49.
5. Основы экономического управления земельными ресурсами Российской Федерации // Монография / Дудник Д. В. Ростов-на-Дону, 2009. 150 с.

6. Управление земельными ресурсами // Монография / Д. В. Дудник. Краснодар, 2008.150 с.

*Полянис З.В.
магистрант
кафедра гражданского и предпринимательского права
Институт права
ФГБОУ ВПО "Самарский государственный
экономический университет"
Россия, г. Самара*

ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация. Статья посвящена исследованию структуры юридического процесса, соотношению структурных элементов процесса: производства и стадии, юридического процесса и правовой процедуры.

Ключевые слова: юридический процесс, структура, производство, стадия, юридическая процедура.

Annotation. The article investigates the structure of the legal process, the ratio of structural elements of the process: the production and the stage of the legal process and legal procedures.

Keywords: legal process, structure, production, stage, legal procedure.

Право как социальное явление, как объект юриспруденции имеет множество сторон, изучаемых соответствующими юридическими науками. Теория юридического процесса (общепроцессуальная теория), являясь самостоятельной частью теории права, направлена на изучение общих черт процессуально-правовой составляющей общественных правоотношений.

Недооценка положений общепроцессуальной теории в науке и законотворчестве негативно сказывается на эффективности обеспечения прав и законных интересов человека, общества и государства.

Юридический процесс представляет собой многогранное и многомерное явление, относящееся ко всем отраслям права, имеет различные проявления, формы существования.

Е.Г. Лукьянова определяет юридический процесс как разновидность юридической правореализующей процедуры, специфика которой определяется ее направленностью на выявление и реализацию особого материального охранительного правоотношения [1].

Таким образом, основным доводом отраслевых процессуалистов и сторонников судебного права является традиционное понимание термина "процесс".

Очевидно, что данное ограниченное понимание юридического процесса не является оправданным. По нашему мнению, категория "юридический процесс" включает в себя не только совокупность правовых норм, регулирующих осуществление правосудия, но и правовые нормы, регулирующие позитивные процедуры реализации права.

Данной точки зрения придерживается А. А. Павлушина, которая оправданно указывает, что невозможно и философски неверно "снижать" планку процессуального права до уровня юрисдикционного процесса. Это пара, противоположная процессу неюрисдикционному[2].

Д.Н. Бахрах считает, что на современном этапе нельзя узко воспринимать юридический процесс, как только судебный или юрисдикционный. Он относит юридический процесс к властной деятельности уполномоченных субъектов права, осуществляемой в юридической процессуальной форме с целью принятия (изменения, отмены) или исполнения правовых актов[3].

Отнесение юридического процесса лишь к деятельности государственных органов, по нашему мнению, также не является оправданным. Юридический процесс включает в себя не только деятельность органов государственной власти, но и деятельность субъектов частного юридического процесса[4].

Как справедливо отмечает А.А. Павлушина, частным юридическим процессом является "реализация права без участия властного органа"[5]. Примером проявления частного процесса, по ее мнению, может служить установление сторонами договора порядка уведомления о его расторжении, порядок заключения основного договора.

Итак, юридический процесс подразделяется на юрисдикционный процесс, для которого характерно рассмотрение и разрешение правового спора, и позитивный процесс, который представляет собой нормальную правореализацию, праворегулирование.

Основным отличием указанных видов юридического процесса друг от друга является наличие в правоотношениях какого-либо правового спора.

Юридический процесс, как юрисдикционный, так и позитивный, подразделяется на связанные между собой самостоятельные элементы, процедуры, стадии, производства, категории, институты, которые в свою очередь составляют его структуру.

Говоря о внутренних составляющих юридического процесса, следует определить понятия деления и структуры.

Структура - взаимосвязь или отношение между элементами материальной или концептуальной системы[6]. Для концептуальной системы характерна логическая связь определения и вывода.

По своему характеру структуры разделяют на статические, которые нередко ассоциируются со строением системы, и динамические, характеризующие процессы, связанные с организацией системы[7].

Систему любого процесса составляют такие элементы, как производство и стадия.

Д.Н. Бахрах определяет, что "стадия - это относительно самостоятельная часть деятельности, необходимая для достижения общего результата"[8]. Деление юридического процесса на стадии, их связь между

собой отражает последовательность процессуальных действий.

Содержание понятий "процесс", "стадия", "процедура", "производство" не имеет нормативного определения, часто данные термины используются как синонимы, а также употребляются в разных значениях. Данное обстоятельство, несомненно, создает неточности в правотворчестве и правоприменении, что, в свою очередь, негативно отражается на правах и законных интересах участников общественных правоотношений.

Процессуальные производства отражают предметную характеристику юридического процесса, а процессуальные стадии - его динамическую характеристику.

В обоснование данной точки зрения приведем следующий пример отсутствия знака равенства между стадией и производством как элементами юридического процесса. Существующие в гражданском процессуальном законодательстве производства (исковое, особое, публичное и т.д.) в рамках гражданского судопроизводства не чередуются, более того, взаимоисключают друг друга, так как описывают качественную определенность различных по категориям дел, процессуальные особенности их рассмотрения и не имеют отношения к временному делению процесса.

Нередки случаи, когда законодатель использует термин "производство" для обозначения стадий юридического процесса, например апелляционное, кассационное или надзорное производство. В данном случае это не что иное, как стадии юридического процесса, поскольку указанные элементы отражают динамику процесса, последовательно сменяют друг друга.

Производство и стадия - философски обоснованная категориальная пара, предназначенная для качественно определенных характеристик любой разновидности процесса в его статике или динамике. Данные понятия не являются исчерпывающими, могут быть выделены и другие понятия и подходы. Но это иной уровень освоения процесса. А представленная пара является логически и философски законченной, общеприменимой и универсальной[9].

Еще один элемент юридического процесса - правовая процедура.

О.В. Яковенко определяет правовую процедуру как особый нормативно установленный порядок осуществления юридической деятельности, направленной на реализацию норм материального права и основанных на них материальных правоотношений, охраняемый от нарушений правовыми санкциями[10].

Использованные источники:

1. Лукьянова Е. Г. Теория процессуального права. М., 2004. С. 40.
2. Павлушина А.А. Методология исследования юридического процесса//Современные методы исследования в правоведении/под ред. Н.И. Матузова, А.В. Малько. Саратов, 2007. С. 524.
3. Бахрах Д.Н. Юридический процесс: понятие, особенности и

- виды//Государство и право. 2009. № 7.
4. Ланг П.П. Элементная структура юридического процесса//Вопросы экономики и права.2013.№2.
5. Павлушина А.А. Теория юридического процесса: итоги, проблемы, перспективы развития. Германия, 2012.
6. Философский словарь/под ред. И.Т. Фролова. М, 2001. С. 543.
7. Там же.
8. Бахрах Д.Н. Юридический процесс и административное судопроизводство.
9. Павлушина А. А., Мурзин А.Е. Исполнение как стадия юридического процесса. М., 2010. С. 37.
- 10.Якимов А.Ю. Административно-юрисдикционный процесс и административно-юрисдикционное производство//Государство и право. 1999. № 3

Пучкова Н.В., к.э.н.

доцент

кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита

БУ ВО ХМАО-Югры «Сургутский государственный университет»

Россия, г. Сургут

НАПРАВЛЕНИЯ И СПОСОБЫ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В рыночных условиях основными целями организации являются повышение эффективности производства, максимизация прибыли, завоевание новых рынков, удовлетворение потребностей потребителей. Для того, чтобы успешно функционировать организация должна быть финансово устойчива. В статье рассматриваются пути сохранения и укрепления показателей финансовой устойчивости организации.

Ключевые слова: финансовое состояние, платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость.

DIRECTIONS AND WAYS OF STRENGTHENING OF FINANCIAL CONDITION

In market conditions the main objectives of the organization are to increase production efficiency and profit maximization, the conquest of new markets, meeting the needs of consumers. In order to operate successfully the organization must be financially stable. This article discusses ways to preserve and strengthen the indicators the organization financial stability.

Keywords: financial condition, solvency, liquidity, financial stability.

Устойчивое финансовое состояние организации представляет собой результат грамотного, компетентного управления совокупностью производственно-хозяйственных факторов, которые непосредственно влияют на результаты финансово-хозяйственной деятельности организации.

При этом ухудшение показателей платежеспособности всегда является первым симптомом финансового кризиса, которое может быть причиной последующего банкротства организации. Подобное состояние опасно тем, что с организацией могут перестать сотрудничать не только поставщики и партнеры, инвесторы, но и кредитные организации, возможно, откажут в предоставлении заемных средств.

Следует также отметить, что для улучшения показателей ликвидности организации это процесс, который имеет две стороны. В первом случае эффективная работа с активами путем увеличения их оборачиваемости, постоянная работа с дебиторской задолженностью, оптимизация сроков её погашения, и даже при этом есть риск вероятности снижения показателей ликвидности организации. Или же, наоборот, при «замораживании» активов, ликвидность может быть высокой, но на деятельности организации данный факт может отразиться негативно.

Вследствие избытка ликвидных активов у организации может сложиться ситуация недостаточности средств и источников их формирования для финансирования деятельности организации и его дальнейшего развития, что в дальнейшем может привести к снижению величины прибыли.

Правильное управление деятельностью организации и заключается в достижении баланса между оборачиваемостью активов и ликвидностью баланса организации. При этом всегда должны учитываться существующая рыночная конъюнктура и стратегические планы и задачи организации.

Анализ показателей ликвидности и устойчивости финансового состояния организации может быть необходим не только кредитным организациям, но и новым партнерам и поставщикам, чтобы оценить надежность организации и минимизировать риски взаимоотношений с новым контрагентом.

Из этого следует существование двух противоположных способов управления финансово-хозяйственной деятельностью организации – консервативного и агрессивного.

При консервативном стиле минимизируются риски, а при агрессивном же, наоборот, допускается высокая степень риска. При консервативном стиле организация будет стараться повышать показатели ликвидности, ухудшая при этом оборачиваемость.

При агрессивном стиле для предприятия главное заработать наибольшую прибыль, увеличивая производственные мощности и оборачиваемость, не обращая при этом внимания на ликвидность активов.

Обеспечение постоянной платежеспособности организации за счет поддержания достаточного уровня ликвидности активов достигается также за счет эффективного управления остатками денежных средств и их эквивалентов. Но при этом всегда необходимо учитывать фактор времени и инфляцию – излишние сформированные денежные активы, обеспечивая

достаточный уровень платежеспособности, со временем обесцениваются и соответственно хранение их на счетах абсолютно теряет смысл. Любые активы, в том числе и денежные средства, должны быть всегда в процессе.

Мероприятия по улучшению показателей ликвидности и платежеспособности организации заключаются в увеличении денежных средств за счет следующих факторов:

- продажа лишнего или устаревшего оборудования, неликвидных запасов;
- пересмотр сроков уплаты кредитов и займов кредитных организаций, изучение возможностей рефинансирования в других кредитных организациях с меньшей процентной ставкой;
- уменьшение кредиторской задолженности за счет изменения политики закупок.

Кроме этого, проблемы укрепления финансовой устойчивости и платежеспособности могут решаться еще несколькими способами:

- изменение структуры источников финансирования, увеличение количества более устойчивых активов и уменьшение величины краткосрочных обязательств;
- избавление от активов, не участвующих в процессе деятельности организации или преобразование их в участвующие в деятельности, а также ускорение оборачиваемости уже имеющихся видов активов.

При этом возможно проведение следующих мероприятий:

- увеличение собственного капитала за счет нераспределенной прибыли организации;
- увеличение уставного капитала за счет собственников или третьих лиц;
- предоставление безвозмездной финансовой помощи;
- предоставление беспроцентных займов.

В финансовом анализе должна существовать строгая последовательность целенаправленности действий, суть которых состоит в изучении причин ухудшения показателей финансового состояния организации, а также в определении направлений для укрепления финансовой устойчивости организации.

Возможность любой организации в достижении или сохранении стабильного уровня финансовой устойчивости определяется величиной получаемой прибыли.

Размер прибыли зависит от ряда факторов. Прежде всего, это цена на продукцию (работы, услуги) и объемы их реализации, во-вторых, это уровень расходов организации на выпуск продукции (выполнение работ и оказание услуг), а также доходы от прочих видов деятельности.

Целью оптимизации финансового состояния организации является увеличение суммы прибыли.

Объемы производства организации напрямую зависят от ее финансовых возможностей и спроса на продукцию (работы и услуги).

Себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой немаловажный фактор, влияющий на оптимизацию финансового состояния организации. К увеличению себестоимости может приводить рост цен на сырье и материалы, топливо, электроэнергию, закупка нового оборудования и машин на замену вышедшего из строя или устаревшего, повышение тарифов на различные услуги.

Кроме этого, большую роль играет увеличение удельного веса заработной платы в структуре затрат. Это связано с тем, что с ростом фонда оплаты труда растут также отчисления во внебюджетные фонды.

Для укрепления финансового состояния и показателей финансовой устойчивости могут быть проведены следующие мероприятия:

- создание резервов из чистой прибыли организации, благодаря чему происходит повышение в стоимости имущества доли собственного капитала и увеличение величины источников собственных оборотных средств;

- усиление работы по взысканию дебиторской задолженности, что приводит к ускорению оборачиваемости оборотных средств и росту обеспеченности собственными оборотными средствами, а также увеличению суммы денежных средств предприятия;

- ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности организации, влияющее на снижение величины запасов и затрат, повышение рентабельности продаж, ритмичности поступления средств от дебиторов, запас прочности по показателям платежеспособности.

Кроме этого, эффективными являются мероприятия, проводимые в краткосрочном, среднесрочном и в долгосрочном периодах:

- выделение в составе структурных подразделений и структурных единиц центров расходов и центров ответственности;

- внедрение системы управленческого учета и анализа расходов в разрезе центров ответственности;

- разработка эффективной и гибкой ценовой политики;

- систематический контроль за использованием оборудования, проведение своевременной наладки производственных мощностей и другого оборудования с целью недопущения снижения качества продукции (работ, услуг);

- разработка и внедрение эффективной системы материального стимулирования сотрудников, тесно связанной с основными результатами финансово-хозяйственной деятельности организации и экономией ресурсов.

Для управления процессом формирования величины прибыли необходимо организовать планирование финансово-хозяйственной деятельности, т.е. выявлять резервы, позволяющие увеличивать показатель прибыли и финансовую устойчивость.

Описанные выше мероприятия позволят улучшить финансовое состояние и укрепить финансовую устойчивость организации.

Подводя итог, можно отметить, что главным в мероприятиях по укреплению финансового состояния является мобилизация всех внутренних резервов предприятия, которые, безусловно, могут и должны работать. При этом устойчивое финансовое состояние организации становится условием выживания в условиях рыночной конкуренции, а также создают условия для производственного и социального развития организации.

Для улучшения финансового состояния предприятия необходимо постоянно проводить анализ показателей его финансово-хозяйственной деятельности, на основе которого возможно прогнозирование потенциальных проблем, а также обеспечение сохранения и улучшения финансовой устойчивости и платежеспособности в будущем. Кроме этого, результаты анализа финансового состояния организации позволяют разрабатывать мероприятия и направления по повышению и укреплению финансовой устойчивости организации.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ:

1. Игнатъева Е. В. Методика анализа финансового состояния предприятия / Е. В. Игнатъева // Молодой ученый. – 2015. – №5. – С. 272-275.
2. Либерман, И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: Учебное пособие / И.А. Либерман. – М.: ИЦ РИОР, 2014. – 220 с.
3. Татаров К.Ю. Раскрытие информации о рисках организации в бухгалтерской отчетности в современных условиях // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2015. – N 3. – С. 8 - 14.

Рахмонов М.Н.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация: В статье рассматриваются основные принципы делового этикета в организациях. Деловой этикет – это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов, поэтому современный деловой человек должен знать и соблюдать эти правила, в какой бы сфере профессиональной деятельности он не был занят,

Ключевые слова: деловой этикет, принципы делового этикета, деловое общение, деловая этика, культура.

Как и в любом обществе, взаимоотношения на работе регулируются правилами внутреннего распорядка, бизнес-этикета, служебных инструкций. От того, насколько хорошо служащие знают деловой этикет, правильно понимают этику корпоративного поведения и соизмеряют свои действия со

служебными инструкциями, зависят не только личные достижения каждого, но и атмосфера внутри организации, способствующая успеху общего дела. В противном случае благополучие компании и профессиональный рост каждого ее работника становится невозможным, так как возникает противоречие между целями и условиями труда.

Опыт показывает, что 88% конфликтов на работе вызваны несоблюдением или нарушением этикета служебного поведения. Между тем в этих правилах нет ничего сложного. Работа в любом коллективе подразумевает наличие у сотрудников таких качеств, как уважительное отношение к коллегам, терпимость, уравновешенность, стрессоустойчивость, дружелюбие, умение правильно вести себя в конфликтной ситуации, способность к диалогу, компромиссам [1, с.146].

Безусловно, этикет – это высокие стандарты поведения, позволяющие приблизиться к классическому стилю делового общения. Для современного общества характерно появление новых требований к деловой личности, при которых уже недостаточно быть только отличным профессионалом. В условиях конкурентного рынка необходимо соответствовать внешним стандартам поведения, обладать хорошим вкусом и манерами, уметь работать в коллективе.

Разумеется, в любой профессии специалист может остаться на самой низкой ступеньке социальной иерархии, а может достичь высоты, власти, став высокообразованным и квалифицированным профессионалом. Сегодня молодым людям, стремящимся к карьере, мечтающим стать ведущим специалистом, руководителем, предпринимателем, необходимо разбираться не только во всех нюансах своего дела, но и знать правила поведения в обществе, в сфере бизнеса. Успех дела во многом будет зависеть от умения создать собственный имидж, умения соответствующим образом вести себя в различных ситуациях, правильно излагать свои мысли. Это умение составляет основу жизнедеятельности и вашего профессионального успеха [2, с.6].

К общепринятым принципам культуры поведения относят: приоритет старшего и женщины, принцип гигиены и эстетический принцип.

Выделяют основные требования делового этикета:

- Вежливость и корректность;
- Тактичность и деликатность;
- Скромность;
- Пунктуальность и обязательность.

Грубое несоблюдение любого из этих требований обязательно приводит к серьезным проблемам в деловых отношениях.

Выделяют пять основных принципов бизнес-этикета:

- Принцип разумного эгоизма – выполняя свои рабочие функции, не мешай другим выполнять свои;
- Принцип позитивности – если нечего сказать приятного или

положительного, лучше молчать. А вот другие проявления этого принципа:

- не сплетничайте и не передавайте слухи. Вы думаете, что Вы запускаете копьё, на самом же деле Вы запускаете бумеранг;

- не допускайте обсуждения физических достоинств или недостатков кого бы то ни было, а также дискриминации по полу или расовой принадлежности. Помните: то, что Петр говорит о Павле, больше говорит о Петре, чем о Павле;

- если Ваше остроумие унижает других – воздержитесь от такого остроумия.

- Принцип предсказуемости поведения в различных бизнес-ситуациях;

- На работе нет мужчин и женщин, есть только статусные различия;

- Принцип уместности: определенные правила в определенное время, в определенном месте, с определенными людьми.

Современная деловая этика, по мнению многих ученых, должна основываться на трех важнейших положениях:

- ◆ создание материальных ценностей во всем многообразии форм рассматривается как изначально важный процесс;

- ◆ прибыль и другие доходы рассматриваются как результат достижения различных общественно значимых целей;

- ◆ приоритет в разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

В работе американского социолога Л. Хосмера сформулированы современные этические принципы делового поведения. Таких принципов и соответственно аксиом десять:

- Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании;

- Никогда не делай того, о чем нельзя было бы сказать, что это действительно честное, открытое и истинное, о котором можно было бы с гордостью объявить на всю страну в прессе и по телевидению;

- Никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства локтя, так как все мы работаем на одну общую цель;

- Никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества;

- Никогда не делай того, что не ведет к большему благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь;

- Всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат;

- Никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в нашем обществе;

- Никогда не делай того, что препятствовало бы праву другого

человека на саморазвитие и самореализацию [3, с.188].

Указанные принципы в той или иной степени присутствуют и признаются справедливыми в различных деловых культурах. Идеальной, хотя и весьма отдаленной целью мирового делового сообщества становится тип отношений, основанный на торжестве морально-этических принципов.

Овладение деликатной манерой общения требует специальных знаний по этикету вообще и управленческому – конкретно. Но главное состоит в практическом умении быть деликатным. Возрастание нравственного фактора в бизнесе и управлении – закономерность цивилизованной экономики, о чем убедительно свидетельствует опыт развитых стран мира [4, с.35-36].

Использованные источники:

1. Кузнецов И.Н. Деловой этикет: учебное пособие/И.Н. Кузнецов. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 347 с. – (Высшее образование).
2. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.
3. Аверченко Л.К. Управление общением. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 216 с.
4. Игебаева Ф.А. Значение нравственного фактора в управлении и бизнесе //Инновационные процессы в управлении предприятиями и организациями. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2010. С. 34 – 36.

*Рожкова П. В.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены приемы прогнозирования денежных потоков. Определена методика построения денежных потоков предприятия.

Ключевые слова: *денежный поток, бюджет, бюджетирование.*

In article methods of forecasting of cash flows. Defined a method of constructing cash flows of the company.

Keywords: *cash flow, budget, budgeting.*

Ведущую роль в управлении денежными потоками фирмы играет их планирование. Планирование денежных потоков - это крайне необходимая часть внутрифирменного денежного планирования фирмы и основывается на применении трех основных приемов:

- прогнозирование мотивированных характеристик становления денежных потоков;
- текущее планирование денежных потоков;
- оперативное планирование денежных потоков.

Все приемы планирования связаны меж собой и реализовывать их необходимо в определенной последовательности.

Прогнозирование мотивированных характеристик становления денежных потоков производится для установления минимального значения рентабельности операционной работы формы:

- уровня расходов на продукцию;
- минимального значения текущей платежеспособности.

Текущее планирование заключается в разработке определенных групп текущих денежных планов на будущий этап.

Наиболее точно отображает состав активов и пассивов балансовый проект. Характеристики балансового проекта дают возможность совместно с другими видами планов определить конечные итоги формирования денежных потоков фирмы.

Оперативное планирование заключается в разработке сочетания краткосрочных плановых задач. Ключевая форма такого планирования — бюджет.

Прогнозирование денежного потока стремится к построению бюджетов денежных средств в планируемом периоде; размерам реализации, доли выручки за наличный расчет, прогнозирование дебиторской и кредиторской задолженности. Прогнозирование составляется на определенный период: год, квартал, месяц.

Во всяком случае, способ прогнозирования делается в следующей последовательности: прогнозирование денежных средств по периодам, отток денежных средств по периодам, расчет чистого денежного потока по периодам, определение совокупной потребности в краткосрочном финансировании в подпериодах.

Для расчета вероятных денежных поступлений необходимо знать, как оплачивается продажа товара: за наличный расчет, в кредит; для оплаты счетов потребуется время, и можно вычислить, какая часть выручки за реализованную продукцию поступит в том или ином периоде. Отток денежных средств связан с погашением кредиторской задолженности, выплатой заработной платы, административными и другими неизменными затратами, налоговыми платежами, выплатой дивидендов, а также сравнением притока и оттока и выявлением недостатка денежных средств или их избытка.

Бюджет денежных средств разрабатывается на базе прогнозных наличных поступлений и выплат организации за разные промежутки времени. Имея данную информацию, финансовый директор имеет возможность более точно определить будущую необходимость в денежных средствах, спланировать их для финансирования и исполнить контроль.

Бюджет денежных средств, возможно, составить на различные периоды времени, и чем они наименее предсказуемы, тем период должен быть короче.

При прогнозировании размера продаж применяется как внутренняя, так и внешняя информация по отделу маркетинга.

Последующий прогноз и расчет соединены с определением размера денежных поступлений: наличного, в кредит.

Денежные поступления имеют все шансы возрастать за счет реализации основных фондов, товарно-материальных ценностей, получения процентов и дивидендов.

Будущий шаг — прогнозирование наличных выплат. Издержки производства обязаны быть нацелены либо на реализацию, либо поддерживаться на сравнительно неизменном уровне, при данном варианте производственные запасы ниже.

После следуют выплаты дивидендов, пени, краткосрочных кредитов. Данная информация разрешает определить источники денежных поступлений: собственные и заемные, а при наличии излишка денежных средств — отток на рынок ценных бумаг.

Главная задача планирования доходов и расходов — установление суммы притока денежных средств в планируемом периоде.

Главная форма планирования прибыли и расходов организации — их бюджетирование. Для составления бюджета применяется целый ряд экономических показателей. Важнейшим этапом составления плановых бюджетов служат расчеты прибыльной и расходной частей. Расходная доля бюджета включает оттоки производственных затрат, погашение кредиторской задолженности, уплату налогов и других затрат.

Главные планируемые показатели и суммы по составу производственных расходов включаются в разрабатываемый текущий проект доходов и расходов бюджета по основной деятельности.

Использованные источники:

1. Боровикова, Е.В. Налогово-бюджетное планирование в Российской Федерации: Учебное пособие / Е.В. Боровикова. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 174с.
2. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. - М.: КноРус, 2013. - 232 с.
3. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / В.А. Горемыкин. - М.: Юрайт, 2013. - 696 с.
4. Лапшин, Ю.А. Применение интерактивных методов в учебном процессе / Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина, А.В. Жирнов // Экономика и социум. -2014. - № 3-2(12). – С. 377-380.

Садриева А.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО – ЗАЛОГ УСПЕХА ВАШЕГО ДЕЛА

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные разновидности делового письма. Богатство и разнообразие форм деятельности при

ведении бизнеса неизбежно порождает соответствующее многообразие деловых писем. Деловое письмо, являясь одним из важнейших средств общения в деловом мире, помогает человеку осуществлять предпринимательскую и коммерческую деятельность.

Ключевые слова: деловое письмо, разновидности делового письма, признаки делового письма, деловая переписка, правила составления делового письма.

Одним из важнейших факторов, определяющих успех делового общения, является умение вести деловую документацию, соблюдение этических норм в сборе, обработке и распространении служебной информации. Сегодня расширение многогранной деятельности любого предприятия, организации или отдельного руководителя невозможно представить без работы с документами. Подсчитано, что на составление служебных документов и работу с ними у некоторых категорий работников аппарата управления тратится от 30 до 70% рабочего времени [1, с.80]. В данной статье мы уделим внимание особенностям делового письма и его разновидностям.

Деловое письмо – это старая форма официальной корреспонденции. Деловые письма пишутся с различными целями и выполняют ряд важнейших функций. Прежде всего, это – информационная функция. В письме фиксируются факты, сведения, мнения и другие явления практической и мыслительной деятельности людей. Письмо обладает организационной функцией. С помощью письма обеспечивается воздействие на людей в целях организации и координаты их деятельности. Внешние связи организаций обеспечивает коммуникативная функция письма. Письмо несет юридическую функцию, поскольку его содержание используется в качестве свидетельства, доказательства при рассмотрении спорных вопросов сторонами отношений. Наконец, письмо выполняет воспитательную функцию, поскольку требует повышенного уровня образовательной подготовки, дисциплинирует исполнителя, а хорошо оформленное письмо воспитывает эстетический вкус управленческого персонала, поддерживает престиж организации – автора документа.

Существует типовая внутренняя структура делового письма:

❖ **Вступление.** Делается для того, чтобы адресат сразу имел возможность получить четкое представление, о чем письмо:

➤ **Заголовок** – тема письма, которая в краткой форме определяет его цель.

➤ **Обращение** – лучше употреблять персональное обращение, по возможности постарайтесь узнать и указать фамилию либо должность адресата. Например, «Уважаемый господин Волков!», «Уважаемая Наталья Ивановна!», «Уважаемый господин директор!», «Уважаемые партнеры!». В обращении не принято употреблять сокращения типа «г-н», «г-жа», а также

инициалы человека.

➤ Цель письма – краткая формулировка основной причины, по которой отправляется данное деловое письмо. Например, «Обращаюсь с письмом в связи с...», «Согласно телефонному разговору...».

❖ *Основная часть.* Изложение основной сути делового письма. Основная часть должна состоять из нескольких взаимосвязанных между собой и выстроенных в логическом порядке предложений. Заканчивается этот раздел подведением итогов с выражением надежды, уверенности, извинения и т.п. – в зависимости от темы письма.

❖ *Заключение* – вежливая подпись. Заключительные фразы зависят от темы письма и степени знакомства с адресатом. Например, «С уважением, ...», «Искренне Ваш ...». Под этими фразами указывается Ваша должность и подпись – фамилия, имя, отчество. Если Вы довольно хорошо знакомы с адресатом, можете просто написать: «С наилучшими пожеланиями», «Всего наилучшего» без указания должности [2, с.46].

Письмо помогает сторонам выявить возможности для заключения разного рода договоров и актов. Поэтому в современном делопроизводстве письмо выступает как чрезвычайно гибкий, деловой документ, язык которого представляет известные трудности при их унификации. Дело в том, что существует столько разновидностей деловых писем, сколько возникает производственных ситуаций, дающих повод для переписки. Поэтому классифицировать деловые письма – это значит построить классификацию производственных ситуаций, вызывающих необходимость в переписке.

Вот некоторые наиболее распространенные виды деловых писем:

- *Благодарность:* Данный вид письма пишется, когда вы хотите поблагодарить кого-то за помощь или за поддержку в трудную минуту. Письмо можно использовать просто для того, чтобы поблагодарить за то, что вы получили от кого-то и что вам очень помогло.

- *Извинение:* Письмо-извинение пишется, если вы что-то не сделали. Если человек получил задание, и у него не получилось его выполнить, тогда он извиняется и просит в данном письме о возможности исправиться.

- *Письмо-признательность:* Письмо-признательность пишется, чтобы оценить чью-то работу в организации. Данный вид письма пишет начальник своему подчиненному. Организация может также писать данное письмо в адрес другой организации, чтобы поблагодарить клиента за сотрудничество.

- *Рекламация:* Рекламация пишется, чтобы показать кому-то, что возникла ошибка и что ее необходимо исправить как можно быстрее. Письмо может использоваться в качестве документа, который предупреждает читателя.

- *Письмо-запрос:* Письмо-запрос пишется, чтобы получить информацию о продукте или услугах.

- *Письмо-заказ:* Это письмо, как подразумевает название, используется для заказа продукции. Это письмо может быть использовано в качестве документа, имеющего законную силу, которое подтверждает сделку между покупателем и поставщиком.

- *Рекомендательное письмо:* Данный вид письма пишется, чтобы порекомендовать человека на работу. Письмо содержит позитивные аспекты личности кандидата и то, как он/она будет полезна для организации. Письмо-рекомендация используется даже для продвижения человека в организации [3, с.121].

В заключение отметим, что написание делового письма – это своего рода искусство. Деловое письмо должно быть безукоризненным во всех отношениях: даже незначительное отступление от правил может сделать его неправомерным с юридической точки зрения. Правильно оформленное юридически, написанное хорошим языком на фирменном бланке, однозначное по смыслу деловое письмо – один из залогов успеха вашего дела [4, с.125].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Служебная переписка как составная часть деловой коммуникации.// Информационная среда и ее особенности на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы Международной научно-практической конференции. – в 2-х частях. – ч 1. – Саратов, Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2012. – С.79 – 81.
2. Басаков М.И. Делопроизводство (Документационное обеспечение управления): Учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования. Издательско-кни-готорговый центр «Маркетинг». - 2002. - 336 с.
3. Веселов П. В. Современное деловое письмо. – М.- 1990. – 150с.
4. Игебаева Ф.А. Деловая документация в управленческой деятельности //Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. Материалы международной научно-практической конференции. – 12 декабря 2014. в 2-х частях, Ч.І. Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2014. – С.124 – 125.

Сайранова Ю.С.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ПО ТЕЛЕФОНУ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности делового общения по телефону. Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона. Общение по телефону стало одной из необходимых потребностей, важной составляющей личной и деловой жизни.

Ключевые слова: деловое общение, телефонный разговор, правила телефонного этикета, репутация фирмы.

Телефонный разговор – это контактное по времени, но дистантное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников. Соответственно отсутствие визуального контакта увеличивает нагрузку на устно-речевые средства взаимодействия партнеров по общению.

Значение телефонного общения для современных деловых людей трудно переоценить, поскольку это самый простой способ быстрого установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. По телефону ведутся важные переговоры, назначаются встречи, даже заключаются сделки. Умение деловых людей грамотно вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на репутацию фирмы, организации, предприятия, которую они представляют. Соблюдая правила этикета при телефонном разговоре, вы демонстрируете не только свой деловой профессионализм, но и общую культуру, образованность [1, с. 48].

Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. Основа успешного проведения делового телефонного разговора – компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор велся еще в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции.

Эффективность делового телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, от его настроения. По мнению психологов, положительные эмоции тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рациональному мышлению. Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений. Существенное значение имеет также умелое проявление экспрессии. Она свидетельствует об убежденности человека в том, что он говорит, в его заинтересованности в решении рассматриваемых проблем. Во время разговора надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь поможет правильное использование методов внушения и убеждения. Голос, тон, тембр, интонации внимательному слушателю говорят очень много. По данным психологов, тон, интонация могут нести до 40% информации. Нужно только обращать внимание на подобные «мелочи» во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ровно, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать речь собеседника [2, с.89].

Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30-40% занимают повторения слов, фраз, ненужные паузы и лишние слова. Следовательно, к телефонному разговору надо тщательно готовиться: заранее подобрать все

материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т.п.

До того как вы решили набрать номер, следует точно определить цель разговора и свою тактику его ведения. Составьте план беседы, запишите вопросы, которые хотите решить, или сведения (данные), которые хотите получить, продумайте порядок постановки вопросов. Четко сформулируйте их, чтобы ваш собеседник не мог многозначно толковать их. Первой же фразой старайтесь заинтересовать собеседника. Держите в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору, постарайтесь спрогнозировать контраргументы собеседника и свои ответы ему. Если обговариваете несколько вопросов, то последовательно заканчивайте обсуждение одного вопроса и переходите к следующему. С помощью стандартных фраз старайтесь отделять один вопрос от другого. Например: «Итак, по этому вопросу мы договорились?», «Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?», «Как я Вас понял (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на Вашу поддержку?» [3, с. 112].

Разговор по каждой теме должен заканчиваться вопросом, требующим однозначного ответа. В отношении телефонных переговоров действует общее правило – заканчивает телефонный разговор, тот, кто позвонил.

В заключение отметим, что телефон – это наш деловой партнер, сотрудничество с которым требует определенных этикетных знаний. Практика показывает, что даже беглое ознакомление с правилами телефонного этикета и техникой телефонных переговоров значительно улучшает качество работы в этой области деловых отношений. Иногда достаточно разъяснить самые типичные ошибки, и многие проблемы, связанные с эффективностью взаимодействия с клиентами компании, ее деловыми партнерами и корпоративным имиджем, исчезают, позволяя корректировать и совершенствовать стиль делового поведения. При эффективном использовании телефон становится важнейшим компонентом создания имиджа фирмы. Именно от приема, который будет оказан потенциальному партнеру на другом конце провода, от того, как сложится предварительный разговор, во многом зависит, не станет ли он последним. От умения сотрудников вести телефонные переговоры, в конечном счете, зависит репутация самой фирмы. Отсюда следует вывод, что знание телефонного этикета и рациональных правил телефонного общения необходимо каждому цивилизованному деловому человеку [4, с.51].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Этикет делового телефонного разговора // Развитие предприятий, отраслей, регионов России. Сборник статей IV Всероссийской научно-методической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2011. С. 48 – 50.
2. Деркаченко В.Г. Деловое общение руководителя: Пособие для

менеджеров, бизнесменов и политиков / В.Г. Деркаченко. – СПб.: Бизнес-Пресса, 2004. – 368 с.

3. Красовский Б.П. Разговор по телефону // Социол. исслед. 2000. – N 2. – С.110 – 114.

4. Игебаева Ф.А. Деловое общение: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2010. – 112 с.

*Сидоркина М.Ю.
аспирант
экономический факультет
ФГБОУ ВО Костромской ГСХА
Россия, г. Кострома*

ПОДДЕРЖКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ В 2015 ГОДУ

Аннотация

Сельскохозяйственное производство, в долгосрочной перспективе, невозможно развивать без потребительского кооперирования. Данная отрасль крайне зависима от бюджетной поддержки. В том числе и кооперативный сектор. В связи с чем его субсидирование является актуальным вопросом.

Ключевые слова

Сельское хозяйство, программа поддержки, грант, потребительские кооперативы, производство, обслуживание.

Учитывая многолетний теоретический и практический опыт как отечественный, так и зарубежный, нельзя обойти стороной тему сельскохозяйственного кооперирования, как одной из наиболее эффективных форм организации деятельности и мощного рычага развития сельского хозяйства. В связи с этим, в нашей стране предпринимаются активные попытки развивать данную отрасль именно посредством совершенствования сельскохозяйственного потребительско-кооперативного сектора. С этой целью федеральное и региональное законодательство развивается в сторону совершенствования инструментов всесторонней субсидиарной и грантовой поддержки как сельскохозяйственных производителей, так и сельскохозяйственных потребительских кооперативов (СПоКов). Как и в других регионах, в Костромской области существует целый ряд целевых программ, направленных на привлечение населения в сельские территории, в первую очередь, с целью развития малых форм хозяйствования. Но учитывая «проблемность» сельскохозяйственных потребительских кооперативов, как формы собственности и организации деятельности, существующие виды поддержки недостаточны. Таким

образом, все острее встает вопрос о развитии сельскохозяйственной потребительской кооперации, в том числе, поддерживаемой государством. [4]

Одним из основных направлений поддержки СПоКов в последние годы является предоставление грантов, в частности, на развитие материально-технической базы. Понимая всю важность вопроса, и в связи с тем, что вопросы развития кооперации на селе являются частью одной из приоритетных задач Правительства РФ, Костромская область была одним из первых регионов, вступивших в программу федерального субсидирования на совершенствование системы сельскохозяйственной потребительской кооперации.

Программа является программно-целевым инструментом подпрограммы «Поддержка малых форм хозяйствования» государственной программы Костромской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Костромской области на 2013 – 2020 годы». В конечном итоге, цепочка подчиненности нормативно-правовых актов приводит к Ведомственной целевой программе «О развитии сельскохозяйственной кооперации на 2014 – 2017 годы и на период до 2020 года». В ней определены основные направления деятельности сельскохозяйственных кооперативов всех видов и потребительских обществ, направленной на развитие, расширение и интенсификацию их деятельности. [1]

В 2015 году из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на грантовую поддержку сельскохозяйственных потребительских кооперативов для развития материально-технической базы, было выделено, в общей сложности 400 миллионов рублей, на 25 субъектов РФ. [3] Структура распределения федеральных средств выглядит следующим образом (рисунок 1):

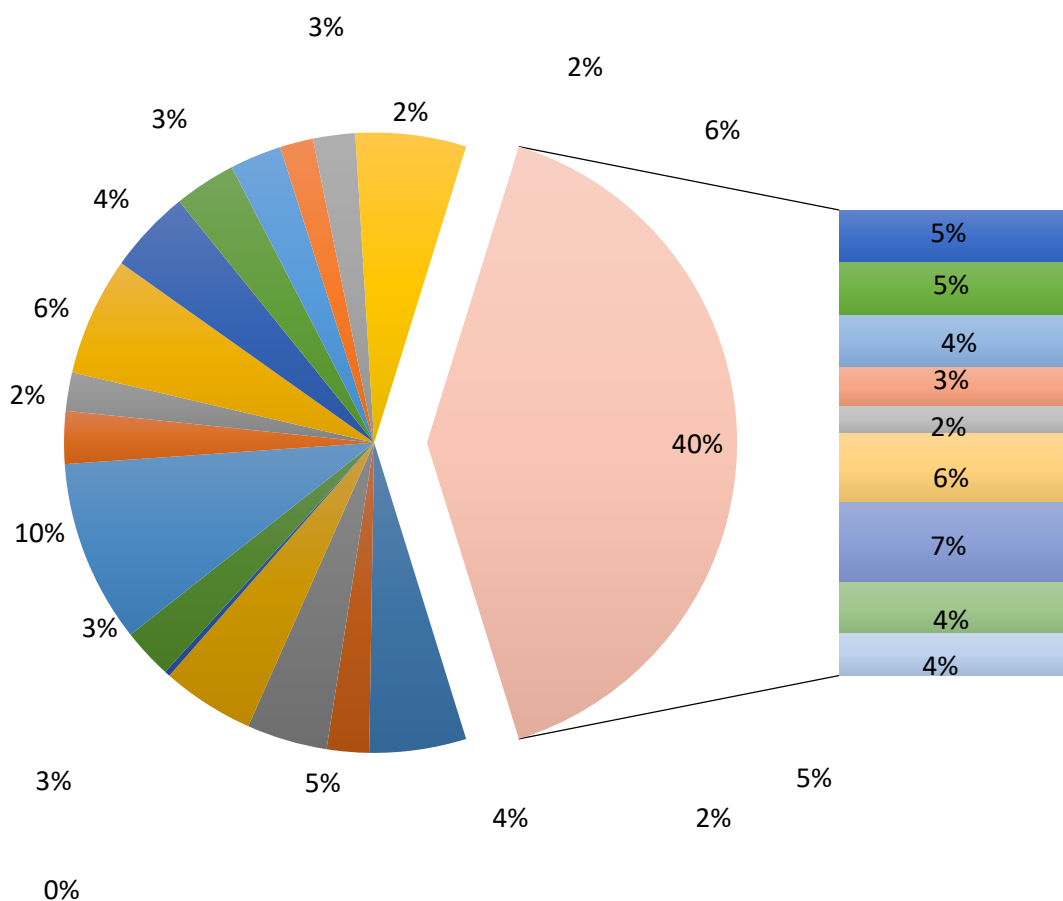


Рисунок 1 - Структура распределения субсидий из федерального бюджета в 2015 году, %

В качестве основной цели ВЦП обозначено развитие сельскохозяйственной кооперации как основного механизма улучшений качества жизни в сельской местности. Основным программным мероприятием данного документа является предоставление грантов на создание, расширение или модернизацию материально-технической базы кооперативов, в первую очередь предназначенной для хранения, переработки и сбыта продукции мясного животноводства, молока, и картофеля, овощей, ягод фруктов и дикоросов.

Каждый участник программы на региональном уровне, в свою очередь, может претендовать на софинансирование в размере, не превышающем 70 миллионов рублей, до 60 процентов затрат на развитие материально-технической базы кооператива. В соответствии с порядком предоставления грантов, поддержка предоставляется получателям по итогам конкурсного отбора, организаторами которого является департамент АПК Костромской области. Оценка и отбор заявителей осуществляется на основании критериев, предусмотренных Постановлением. [2] Перечень выбранных показателей вызывает некоторые сомнения в его объективности и целесообразности. Небезосновательность которых подтвердилась в результате проведенного в 2015 году отбора. В основе выбора получателя

средств лежат характеристики бизнес-плана будущего проекта без учета истории заявителей, его финансовых показателей и деловой репутации. [5]

В связи с чем, не возникает уверенности в том, что получатели средств с наиболее привлекательным бизнес-планом, но без опыта деятельности смогут исполнить взятые на себя обязательства. Мы считаем актуальным вопрос расширения списка показателей, более детально характеризующими не только будущую, но и прошлую деятельность сельскохозяйственных потребительских кооперативов.

Использованные источники:

1. Проект Ведомственной целевой программы «О развитии сельскохозяйственной кооперации на 2014 – 2017 годы и на период до 2020 года» // Консультант Плюс: Версия Проф [Электронный ресурс] / ЗАО «Консультант Плюс».- Электронные данные. - М., [199-]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> - Заглавие с экрана;
2. Постановление администрации Костромской области «О предоставлении грантов на развитие материально-технической базы сельскохозяйственных потребительских кооперативов в рамках реализации ведомственной целевой программы «Развитие сельскохозяйственной кооперации в Костромской области на 2015 – 2017 годы» от 12 июня 2015 г. №222-а // Консультант Плюс: Версия Проф [Электронный ресурс] / ЗАО «Консультант Плюс».- Электронные данные. - М., [199-]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> - Заглавие с экрана;
3. Распоряжение правительства Российской Федерации от 25 августа 2015 г. №1634-р // Консультант Плюс: Версия Проф [Электронный ресурс] / ЗАО «Консультант Плюс».- Электронные данные. - М., [199-]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> - Заглавие с экрана;
4. Сидоркина М.Ю. Грантовая поддержка сельскохозяйственных потребительских кооперативов в Костромской области // Интернет-журнал «Науковедение», 2015 Т.7, №4 [Электронный ресурс]-М.: Науковедение, 2015 -.- Режим доступа: <http://naukovedenie.ru>, свободный. – Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.;
5. Сидоркина М.Ю. Критерии отбора потребительских кооперативов в рамках грантовой поддержки для развития материально-технической базы в Костромской области // Актуальные проблемы науки в агропромышленном комплексе [Электронный ресурс] : сборник статей 67-й международной научно-практической конференции : в 3 т. – Кострома : КГСХА, 2016. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://kgsxa.ru/> - Загл. с экрана.

Сидорова А.Н.

студент 2 курса магистратуры

Санкт-Петербургский государственный университет

Россия, г. Санкт-Петербург

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

«Теоретики сетевого подхода находят примеры этой идеи в работах влиятельных мыслителей от Гераклита до Эйнштейна и в работах таких гигантов социологической теории, как Маркс, Дюркгейм, Вебер, Гофман и даже Парсонс»[1]. Но наиболее ярко идея о первичности социальных связей наблюдается в работах Георга Зиммеля. Он утверждал, что общество только тогда становится таковым, когда индивиды, составляющие его, влияют друг на друга напрямую или опосредованно. Социологи же, по его мнению, должны заниматься изучением паттернов, которые производятся через формы влияния (или интеракции), то есть исследовать социальную сеть безотносительно ее содержания или контекста.

Одним из первых к проблеме структурных элементов сети обращается П. Лазарсфельд в работе «Анализ отношений между переменными». Для описания коллективов через структурные элементы Лазарсфельд вводит ряд свойств членов коллектива:

1. «Аналитические – базируются на данных о каждом члене коллектива;
2. Структурные – основываются на сведениях об отношениях между членами коллектива;
3. Глобальные – базируются на коллективных проявлениях» [4].

Он также выделяет и характеристики членов коллектива:

1. «Абсолютные – полученные без учета свойств коллектива или взаимоотношений в коллективе;
2. Относительные – установленные путем обработки информации об отношениях между описываемым членом коллектива и другими его членами;
3. Сравнительные – полученные при сопоставлении характеристики члена коллектива со средним значением характеристики по группе;
4. Контекстуальные – выведенные из свойств самого коллектива»[4].

Концепция Лазарсфельда была одной из первых попыток описать структурные элементы сети и их свойства, которые затем станут называть атрибутами. В качестве таких атрибутов можно рассматривать и капиталы. И они также могут быть оценены через свойства и характеристики, выделенные Лазарсфельдом.

Социальный капитал также возможно исследовать, как феномен социальной сети. «Когда людям нужна помощь, они могут купить ее, выменять ее, украсть ее, получить ее от государства и благотворительности, или получить ее через социальный капитал: их полезные межличностные связи с друзьями, родственниками, соседями и сослуживцами»[2]. Связи в социальной сети укрепляются через получение ресурсов посредством социально капитала. В основном социальный капитал в социальной сети анализируется с точки зрения доступа к ее ресурсам и способности

мобилизовать их. С этой точки зрения социальная сеть рассматривается как гибкий, эффективный, доступный, индивидуальный источник социального капитала.

Социальная поддержка внутри социальной сети также иногда называется в канадской школе «сетевой капитал» [2] (network capital). Это форма социального капитала, которая делает ресурсы, такие как эмоциональная, материальная помощь, чувство принадлежности к группе, информацию доступными через межличностные связи.

Социальная сеть может создавать не только доступный социальный капитал, но и культурный капитал, который представляет собой «совокупность полезных культурных знаний»[2].

Подразумеваемые сетевым капиталом социальные поддержки различны в зависимости от межличностных связей – друзья обеспечивают дружеские связи, родители и взрослые дети – финансовую помощь и бытовые услуги. Чем больше объем сети и чем различнее характеристики ее членов, тем больше поддержки возможно от них получить.

Вот неполный список благ, предоставляемых социальным капиталом: доверие, информация, социализация, социальная мобильность, мобилизация социальных связей, поддержка. Так и структура сети, связанная с социальным капиталом влечет за собой такие понятия, как теснота сети, сила связи, ролевые отношения, экстенсивность связи, сетевое разнообразие и другие, которые помогают понять отношение социальной сети и социального капитала.

Сегодня анализ социальной сети и распределения капиталов в ней анализируется при помощи математических моделей.

Возникновение интереса к структурным формам (социальным сетям) в социальной науке дало толчок к развитию карт межличностных отношений и других методов для описания их паттернов. В социометрии начали использоваться специальные диаграммы, которые демонстрируют связи в малых группах. Структурный анализ начал использовать терминологию элементарной теории графов (области математики, изучающей системы точек и прямых) для описания контактов между членами социальной системы. Однако такой метод подходит только для изучения малых групп, так как для больших групп подобного рода графики будут слишком нагромождены и непоказательны.

Впоследствии аналитики стали использовать матрицы для изучения социальных сетей. Это позволило изучать сети с гораздо большим количеством акторов и связей различных видов.

Основоположником этой концепции, называемой социометрией, стал Джейкоб Морено. Он разработал способ измерения процессов притяжения и отталкивания членов сети. Этот метод при помощи простых вопросов о предпочтении членов группы в выборе друзей или коллег внутри группы в результате дает подсчитать индивидуальные и групповые индексы выборов

разных очередей (первой очереди, второй очереди и третьей очереди). Полученную в результате структуру Морено назвал «структура притяжения или отталкивания»[4].

При помощи компьютеров этот метод позволил обнаружить такие скрытые моменты, как «группировки», «центральные акторы», «непрямые связи»[3]. Графическое представление таких матриц предстает в виде социограмм. В данном случае представлена персональная социальная сеть типичного североамериканца, в центре которой расположен индивид, ею обладающий, вокруг которого образуются связи в различных полях (сферах), таких как «друзья», «соседи», «сослуживцы», которые также различаются по степени близости (intimate/nonintimate). С каждым из членов сети индивид соединен прямой связью, члены сети в свою очередь многие соединены между собой. Это классический пример персональной или эгоцентрической сети.

Американский структурный анализ делится на направления: формализм и структурализм. Формалисты сосредотачивают свое внимание на форме социальной сети, нежели на ее содержании. Они разделяют мысли Г. Зиммеля о том, что похожие связи влекут за собой похожее поведение вне зависимости от контекста. Структурный же подход изучает «сеть в целом» (whole network), связи, которые объединяют всех членов сети, и их роль в социальной системе. С одной стороны он рассматривает социальную систему в целом, с другой – по частям. Исследователи в таком случае могут изучать потоки информации, определять ее источника и получателя, выявлять структурное давление.

Использованные источники:

1. Marin A., Wellman B. Social Network Analysis: An Introduction // The SAGE Handbook of Social Network Analysis. Thousand Oaks, CA: Sage, 2011. P. 14.
2. Tindall D., Wellman B. Canada as social structure: Social Network Analysis and Canadian Sociology // Canadian Journal of Sociology. 2001. № 26 (3). P. 271.
3. Wellman B. Social analysis: from metaphor to substance // Social structures: A Network Approach. Cambridge, 1998. P. 23.
4. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004.

*Смирнова О.В.
студент 2 курса*

«Институт экономики и управления»

Казарян М.Т.

научный руководитель, старший преподаватель

КузГТУ им. Т.Ф. Горбачева

Россия, г. Кемерово

**ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ И МОТИВАЦИИ
ПЕРСОНАЛА**

Статья посвящена очень важной проблеме на сегодняшний день, с которой сталкивается каждое предприятие. И чтобы ее решить, нужно найти подход к сотрудникам организации и предоставить условия для их комфортного выполнения дел.

Ключевые слова: мотивация, денежные поощрения, социальная политика, выплаты.

The article is devoted to an important problem now faced by every enterprise. And to solve it, you need to find an approach to the organization and to provide conditions for their comfortable jobs.

Key words: motivation, monetary incentives, social policy, payments.

В мире сложилось множество разных видов и тактик стимулирования и мотивации персонала, что позволило повысить продуктивность труда. На вопрос: - какие методики наиболее эффективны нет четкого ответа. Дело в том, что каждая из организаций имеет свои индивидуальные особенности, и, соответственно, на каждый коллектив влияет масса факторов. Также следует учитывать то, что одна и та же форма мотивации на персонал в разное время может иметь непредсказуемый результат. Так, например, если еще год назад ежегодная выплата лучшим работникам, влияла непосредственно увеличения работоспособности всего персонала, то уже спустя некоторое время, она не оправдывала вложенных функций.

В целом можно определить ряд правил, по которым осуществляется эффективная стимуляция персонала.

Мотивация дает преимущество в том случае, когда подчиненные ощущают пользу своего вклада в результаты работы и обладают заслуженным статусом. Личный кабинет, поездка за границу, участие в семинарах и выставках, отпуска, неординарное объяснение должности – все это выделяет сотрудника в глазах коллег и посторонних. Но к такому методу стоит относиться серьезнее, так как частичное или полное лишение работника ранее предоставленного статуса может вызвать беспокойную реакцию вплоть до увольнения.

Следует иметь в виду, что спонтанные или нерегулярные поощрения, мотивируют лучше, чем те, которые становятся неизменной частью зарплаты.

Сотрудников нужно поощрять по промежуточным достижениям, стимулируя их не дожидаясь окончания работы, так как большие достижения очень редки. В связи с этим желательно положительную мотивацию подкреплять, через короткие промежутки времени. Так же для этого нужно по плану разделять свои индивидуальные задания, таким образом, чтобы для каждого работника имелась адекватная оценка и вознаграждение. Главная цель – дать понять сотрудникам их значимость в работе и внушить уверенность к дальнейшей работе.

Так к типовым стимулам относят: повышение по карьерной лестнице, признание, оплата медицинских услуг, приобретение жилья и т.д. Но к

наиболее эффективным и часто встречающимся методам мотивации относят:

1. Наказание как средство мотивации персонала. Например, в одних организациях наказывают, в других поощряют, а в-третьих находят золотую середину. При использовании данного метода нужно иметь в виду, необходимо избежать действий, направленных на причинение вреда организации. Наказание как средство мотивации, более действенно в том случаи, когда оно направленно на психологическое состояние рабочих. При использовании такого вида стимуляции обязательно нужно объяснять причину данного наказания. Материально же наказываются работники, которые по той или иной причине действительно причинили материальный ущерб компании.

2. Денежные поощрения за добротню выполненную работу – наиболее распространенный тип мотивации, и назначаются при добротню выполненной работе. Данные выплаты осуществляются по ранее установленным критериям.

3. Выплаты, направленные для стимулирования здорового образа жизни. Это вознаграждения за отказ от вредных привычек, за занятие спортом и т.п.

4. Индивидуальные вознаграждения. Это особый вид выплат, выплачиваемый рабочим за владение навыками которые имеют перспективу в данный момент.

5. Социальная политика организации – важнейший инструмент экономического стимулирования. В социальную политику включаются: реализация компаниями льгот в рамках социальной защиты, предоставление дополнительных материальных льгот из фондов социального развития организации. Таким образом, социальная политика организаций направлена на предоставление дополнительных услуг и льгот социального характера, которые способствуют росту заинтересованности работников в работе.

Чем больше заинтересованы работники в работе своей компании, тем успешнее она развивается и выше ее потенциал, а это в свою очередь способствует успешной экономической деятельности. Такая политика организации обеспечивает дополнительную заработную плату у рабочих имеющих невысокий уровень зарплаты.

Благодаря опыту зарубежных фирм и многолетнему опыту отечественных компаний в проведении социальных политик, можно выделить формы услуг и выплат социального характера:

1. Материально денежная форма: она включает в себя выплаты на приобретения жилья; кредитов; медицинское страхование; отпуска; оплата мобильной связи (корпоративные тарифы); оплата транспорта; денежные компенсации; выплаты нескольких окладов, в связи с выходом на пенсию.

2. Материально не денежная форма: включает в себя получение бесплатно посещать санатории, оздоровительные лагеря (для детей сотрудников); комфортное рабочее место; новейшее оборудование;

повышение гибкости графика; бесплатный выход в интернет и т.п.

Частью социальной политики компаний являются мероприятия – праздники, экскурсии, вечеринки, обеды. Главными заслугами таких мероприятий является благополучный отдых сотрудником компании. Также не объемлемой частью такого отдыха, является сплочение коллектива и развитие командного духа. Благодаря исследованиям было выявлено, что вид отдыха не имеет значение, главное зависит от того как было спланировано мероприятия и созданная в это время атмосфера.

Нематериальные стимулы, как правило, не касаются расходов работодателя. Данный вид стимуляции, относится либо к организациям имеющие малые ограниченные материальные ресурсы, либо к государственным учреждениям. К такому виду мотивации относят:

1. Вознаграждения-признательности – дипломы, различные звания (руководитель года, лучший работник и т.д.), открытки с благодарностью, благодарность руководства в трудовой книжке.

2. Вознаграждения, связанные с оценкой статуса сотрудников, приглашение его как советника. Обобщающие знания в практической части Российских предприятий и выявление необходимости нематериальных стимулов работников организаций.

Таким образом, чтобы мотивировать сотрудников организации, нужно создать такие условия, на которых было бы огромное желание работать и вносить что-то полезное в общее дело.

Использованные источники:

1. HR-директору: мотивируем эффективно [Электронный ресурс] // Российский бухгалтер URL: <http://rosbuh.ru/?page=article&item=889> (дата обращения: 25.02.2014)

*Собирова К.С.
клинический ординатор
направление «Гематологии»*

*Усманбекова Г.У.
студент 3 курса
Маматхонов М.М.
студент 3 курса*

*Ташкентский Педиатрический Медицинский Институт
Россия, г. Ташкент*

АНАЛИЗ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ЕДИНСТВЕННОЙ ПОЧКИ У ДЕТЕЙ

Аннотация : Рождения ребенка это самое ценное в жизни каждого родителя, а от здоровье этого ребенка зависит будущее и поэтому в нашей

работе мы описали по литературным данным общие структурные изменения ренального кровотока у детей с одной почкой.

Ключевые слова: почка, ренальный кровоток, болезнь.

Annotation: Birth of a child is the most valuable thing in the life of every parent on the child's health and the future of so in our work we have described according to the literature and general structural change in renal blood flow in children with one kidney.

Key words: kidney, renal blood flow, illness.

Оценка адаптационных механизмов, структурно-функционального состояния единственной почки у детей при врожденном ее отсутствии или в результате контралатеральной нефрэктомии вызывает значительный интерес многих авторов из-за широкого спектра наблюдаемых при этом компенсаторных изменений и сложности их однозначной трактовки .

Проблема больных с единственной почкой при врожденном ее отсутствии или в результате контралатеральной нефрэктомии является одной из актуальных в педиатрической нефроурологии [3,4]. Важность ее обусловлена тем, что функциональное состояние единственной почки у большинства пациентов бывает значительно нарушено вплоть до хронической почечной недостаточности уже в детском возрасте [5]. Развитие изменений в почке сопровождается закономерным вовлечением в патологический процесс интратренальных сосудов и приводит к изменению ангиоархитектоники.

Далеко не всегда единственную от рождения почку можно назвать полноценной в анатомическом и функциональном отношении. При значительном нарушении функции единственной почки может развиваться хроническая почечная недостаточность уже в детском возрасте .

Известно, что фильтрационная функция единственной почки составляет примерно 80% функции двух здоровых почек, то есть почка работает в режиме гиперфильтрации . В течение длительного времени гиперфильтрация не оказывает на почку повреждающего воздействия. Однако в отдаленные сроки при длительной повышенной нагрузке, а также при присоединении хронического воспалительного процесса, а нередко и сопутствующих аномалий развития органа (пузырно-лоханочный рефлюкс, гидронефроз), резервные возможности почки истощаются [1].

Согласно литературным данным остается много нерешенных вопросов в понимании значимости функциональных почечных резервов . Известно, что единственной почке приходится работать в условиях повышенной функциональной нагрузки по сравнению с парными почками, с течением времени компенсаторно-приспособительные процессы могут истощаться, что особенно остро проявляется в подростковом возрасте [2]. Поэтому важным представляется изучение резервов функциональной активности единственной почки и особенностей развития пациентов именно в

возрастном аспекте, в условиях длительного катамнеза после нефрэктомии [4].

Качество жизни признано конечной характеристикой эффективности оказания медицинской помощи, оно служит показателем мониторинга индивидуального состояния больного и экономическим обоснованием методов лечения и профилактики. До сих пор качество жизни детей и подростков с единственной почкой не изучалось и не освещено в литературе [1,3].

Функциональная адаптация единственной почки вызывает значительный интерес из-за широкого спектра наблюдаемых при этом компенсаторных изменений и сложности их однозначной трактовки. От правильности оценки функционального состояния единственной почки и своевременного выявления присоединившихся патологических процессов во многом зависят выбор тактики лечения и вероятность благоприятного исхода болезни. Состояние единственной почки у взрослых изучено достаточно благодаря многочисленным исследованиям. Литература, посвященная единственной почке у детей, не отражает всех аспектов рассматриваемой проблемы. Единственную от рождения почку далеко не всегда можно назвать полноценной в анатомическом и функциональном отношении. Риск присоединения вторичных заболеваний многократно повышается после выполнения нефрэктомии, когда удалению одной из почек предшествует тяжёлое и длительное поражение органов мочевыводящего тракта. Обсуждаемые в литературе вопросы прогрессирования нефропатий в детском возрасте являются актуальными и для детей с единственной почкой.

Постоянство гомеостатических параметров обеспечивается лишь такой единственной почкой, нефроны которой сохраняют способность справляться с возрастающей функциональной нагрузкой, то есть имеют определённый запас компенсаторных ресурсов. Часто на основании стандартных клинических и лабораторных показателей не представляется возможным сделать объективное заключение о резервной способности нефронов и их адаптации к возрастающей нагрузке. В литературе последних лет обсуждаются различные функциональные тесты, позволяющие оценить реакцию единственной почки на функциональный стресс. Наиболее удобным и наименее травматичным исследованием резервной способности почек у детей является стимуляция их работы (клубочковой фильтрации) белком с последующим определением функционального почечного резерва. Работ, посвященных этой проблеме, недостаточно. Кроме того, мало изучен вопрос изменения клубочковой фильтрации и функционального почечного резерва у детей с единственной почкой в течение времени с увеличением продолжительности заболевания [4,5].

Использованные источники:

1. Федорова Е.Ю. Механизмы прогрессирования поражения почек при ожирении / Е.Ю.Федорова, И.М.Кутырина // Нефрология и диализ. -Т.8, №2. 2006. -С.102- 111.
2. Физиология и патология плода /Стрижаков А.Н., Давыдов А.И., Белоцерковцева Л.Д., Игнатко И.В. – М.: Медицина, 2004. – 356 с.
3. Царегородцев А. Д. Актуальные проблемы детской нефрологии Текст. / А. Д. Царегородцев // Материалы III конгресса педиатров-нефрологов России. Санкт-Петербург, 2-4 декабря, 2003 г. СПб., 2003. -С. 3-6.
4. Single kidney and sports participation: perception versus reality / M.M.Grinsell, S.Showalter, K.A.Gordon, V.F.Norwood // Pediatrics. -2006.- 118(3).-P. 1019- 1027.
5. Solitary kidney. Study of renal morphology and function in 95 children / C.De Lucas, A.Nocea, R.J.San, B.Espinola, J.L.Ecija, M.Vazquez Martul // Nefrologia. 2006. - 26 (1). - P. 56 - 63.

*Солдатова А.П.
студент 4 курса
экономический факультет
ФГБОУ ВО Костромская ГСХА*

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

В статье предложены мероприятия по повышению эффективности использования основных средств на примере конкретной организации

Ключевые слова: экстенсивный, интенсивный, резервы улучшения использования основных средств

The paper suggests measures to improve the efficiency of use of the basic means for example a particular organization

Keywords: extensive, intensive, reserves for improving the use of fixed assets

Основными направлениями повышения эффективности использования основных производственных средств предприятия являются следующие:

- экстенсивный, к которому относится, в основном, увеличение времени работы основных производственных средств.

- интенсивный, к которому относится повышение отдачи средств труда в единицу времени.

Важнейшие пути повышения эффективности использования основных средств предприятия:

- улучшение состава, структуры и состояния основных средств предприятия;

- усовершенствование планирования, управления и организации работы и производства;

- снижение фондоемкости, повышение фондоотдачи и

производительности работы на предприятии;

- повышение и развитие материального и морального стимулирования работы.

Одним из главных условий повышения эффективности процессов воспроизводства основных средств является оптимальность сроков эксплуатации основных средств, и, прежде всего, активной их части, в соответствии с первоначальным технологическим назначением. При этом как сокращение, так и увеличение срока эксплуатации по-разному влияют на эффективность воспроизводства и использования орудий труда.

Сокращение сроков эксплуатации основных средств, с одной стороны, делает возможным ускорения их обновления, уменьшение морального старения, снижение ремонтно-эксплуатационных затрат, а с другой – предопределяет возрастание себестоимости продукции за счет амортизационных сумм, требует больших по объему инвестиционных ресурсов для наращивания производственных мощностей машиностроения. Увеличение периода функционирования основных средств дает возможность уменьшить объем ежегодной замены отработанных средств труда и за счет этого направлять больше ресурсов на расширенное воспроизводство, но при этом снижается общая производительность действующих основных средств.

Именно поэтому сроки эксплуатации машин и оборудования должны быть оптимальными, т. е. такими, которые обеспечивают наименьшие затраты труда на их изготовление и использование в производственном процессе на протяжении всего периода их функционирования.

Резервы повышения эффективности использования основных средств - это неиспользованные возможности их дополнительной загрузки в течение года и во время всего периода их функционирования. Очень важное значение имеет рациональное использование отдельных видов основных средств и в первую очередь их активной части - машинно-тракторного парка.

Основными источниками текущих резервов улучшения использования тракторного парка могут быть: увеличение сменной выработки; повышение коэффициента сменности; увеличение коэффициента использования тракторов в работе [1].

1) за счет роста сменной выработки – определяется как произведение разности между планируемой (до 6 га) и отчетной выработкой на 1 ус.эт.га. на отчетное отработанное количество смен;

$$(6\text{эт.га.} - 5,1\text{эт.га.}) * 1036\text{ смен} = 932,4\text{эт.га.}$$

2) за счет увеличения коэффициента сменности:

сначала определяют возможное увеличение отработки машино-смен путем умножения отчетной обработки смен на разность между планируемым и отчетным коэффициентом сменности:

$$(1,2 - 1,0) * 1036 = 207,2$$

затем определяют увеличение объема работ путем умножения планируемой сменной выработки на установленный резерв увеличения

отработанных машино-смен:

$$6 \text{ эт.га.} * 207,2 = 1243,2 \text{ эт.га.}$$

3) за счет недопущения целодневных простоев – как произведение отчетной дневной выработки на 1 условный эталонный трактор на отчетное количество условных эталонных тракторов и на количество сверхплановых простоев на один трактор.

$$5,1 \text{ эт.га.} * 8 \text{ шт.} * 5 \text{ дн.} = 204 \text{ эт.га.}$$

Таблица 1— Расчет резервов улучшения использования тракторного парка

Источники резервов улучшения использования тракторного парка	этал. га
Увеличение сменной выработки	932,4
Повышение коэффициента сменности	1243,2
Недопущение сверхнормативных целодневных простоев	204
Итого	2379,6
Резерв увеличения объема работ по МТП,%	45,02

Общий резерв увеличения объема механизированных работ, ус.эт.га. рассчитывается как сумма частных резервов $932,4 \text{ эт.га.} + 1243,2 \text{ эт.га.} + 204 \text{ эт.га.} = 2379,6 \text{ эт.га.}$, или в процентном отношении $2379,6 \text{ эт.га.} \setminus 5285,6 \text{ эт.га.} * 100\% = 45,02\%$.

За счет повышения коэффициента сменности организация может значительно увеличить объем работ, выполняемых тракторами. Также поможет увеличить объем тракторных работ сокращение целодневных простоев на один трактор в организации. В целом можно сказать, что у ОАО имеются значительно большие внутренние резервы для улучшения использования тракторного парка.

Основными источниками перспективных резервов увеличения объема грузооборота являются сокращение целодневных простоев, увеличение количества машин, сокращения холостых пробегов и др. [2].

Для подсчета резервов увеличения объема грузооборота за счет роста количества машин, необходимо умножить разницу между планируемым и отчетным количеством машин на отчетную выработку одного автомобиля

$$(6 \text{ шт.} - 4 \text{ шт.}) * (137750 \text{ км.} * 3,8 \text{ т} \setminus 4 \text{ шт.}) = 261726 \text{ т.км}$$

Перспективные резервы увеличения объема грузооборота за счет сокращения целодневных простоев автомашин определяются умножением отчетной среднесуточной выработки на одну машину на возможное количество дней сокращения простоев.

$$(5 \text{ дн.} * 4 \text{ шт.}) * ((137750 \text{ км} * 3,8 \text{ т.}) \setminus (4 \text{ шт.} * 280 \text{ дн.})) = 9347 \text{ т. км.}$$

Таблица 2 — Расчет резервов увеличения объемов грузооборота

Источники резервов увеличения объемов грузооборота	Т.км.
Увеличение среднегодовой численности машин	261726
Сокращение целодневных простоев машин	9347
Сокращение холостых пробегов	230318
Итого	501391

Резерв увеличения объема грузооборота, %	49,4
--	------

Существенным резервом увеличения объема грузооборота является сокращение холостых пробегов автомашин. Для определения его величины необходимо умножить разницу между планируемым и отчетным коэффициентом использования пробега на отчетный общий пробег автопарка и на отчетную грузоподъемность в расчете на 1 автомашину

$$(0,35 - 0,24) * 551000 \text{ км.} * 3,8 \text{ т.} = 230318 \text{ т. км.}$$

Общий резерв увеличения объемов грузооборота, тыс. т.км. рассчитывается как сумма частных резервов

$$261726 \text{ т.км.} + 9347 \text{ т.км.} + 230318 \text{ т.км.} = 501391 \text{ т.км.}$$

Освоение резервов грузооборота позволит увеличить его на 501391 т.км. или на 49,4 % в большей степени за счет сокращения холостых пробегов (на 230318 т.км) и за счет увеличения среднегодовой численности машин (на 261726 т.км.). В целом можно сказать, что внутренних резервов для увеличения объемов грузооборота у предприятия достаточно много.

Использованные источники:

1. Игошин А.Н., Николаева Е.Н. Инвестиционный проект обновления материально-технической базы на основе оптимизации зерноуборочной техники. Вестник НГИЭИ. 2015. № 11 (54). С. 45-53.
2. Лобанов И.С. Использование математического моделирования для управления затратами на изготовление продукции промышленных предприятий. // Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-2 (64-2). С. 755-758.

Солдатова А.П.
студент 4 курса
экономический факультет
ФГБОУ ВО Костромская ГСХА

ЛИЗИНГ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ОСОБЕННОСТИ

В статье рассматривается понятие лизинга, субъекты, объекты, виды лизинга и порядок расчета лизинговых платежей

Ключевые слова: лизинг, лизинговая деятельность, договор лизинга

The article discusses the concept of leasing, subjects, objects, types of leasing and payment of lease payments

Key words: leasing, leasing, leasing contract

Лизинговая деятельность в Российской Федерации регулируется Федеральным законом «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.10.1998 года №164-ФЗ. В соответствии с Федеральным законом, **лизинг** представляет собой совокупность правовых и экономических отношений, которые возникают между субъектами лизинга в процессе реализации договора о лизинге. Среди основных понятий лизинговых отношений особого внимания заслуживают объекты и субъекты лизинга [1].

Объектом лизинга могут быть: движимое имущество, недвижимое имущество, предприятия, здания, сооружения, основные средства, различное оборудование, транспортные средства, электротехника, любые неупотребляемые вещи. **Субъектами** лизинга являются лизингодатель и лизингополучатель. *Лизингодатель* - физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных и (или) собственных средств приобретает в ходе реализации договора лизинга в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга. *Лизингополучатель* - физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга. Различают такие виды лизинга как:

Чистый (нетто) лизинг – это отношения, при которых все обслуживание имущества берет на себя арендатор. Поэтому в данном случае расходы по обслуживанию оборудования не включаются в лизинговые платежи. **Мокрый лизинг** предполагает обязательное техническое обслуживание оборудования, его ремонт, страхование и другие операции, которые лежат на лизингодателе.

Прямой лизинг. В данном случае производитель оборудования самостоятельно сдает объект в лизинг. Тем самым поставщик и лизингодатель совмещены в одном лице. **Косвенный лизинг** предусматривает передачу имущества в лизинг через посредников. В косвенном лизинге участвуют, как минимум, три лица: промышленное предприятие, лизинговая компания и арендатор.

Возвратный лизинг. Возвратный лизинг, являясь разновидностью двухсторонней лизинговой сделки, нашел более широкое применение. Предприятие (будущий лизингополучатель) имеет оборудование, но ему не хватает средств для производственной деятельности. Тогда оно находит лизинговую компанию и продает ей свое имущество, а последняя, в свою очередь, сдает его в лизинг этому же предприятию. Тем самым у предприятия появляются денежные средства, которые оно может направить, например, на пополнение оборотных средств.

Раздельный (кредитный) лизинг. Его отличительной чертой является то, что лизингодатель, покупая оборудование, выплачивает из своих средств не всю его сумму, а только часть. Остальную сумму он берет в ссуду у одного или нескольких кредиторов. При этом лизинговая компания продолжает пользоваться всеми налоговыми льготами, которые рассчитываются из полной стоимости имущества. **Групповой (акционерный) лизинг** отличается тем, что в качестве арендодателя выступает группа

участников (акционеров), которые учреждают специальную корпорацию и назначают доверенное лицо, которое совершает в дальнейшем все необходимые операции по лизинговым отношениям

Револьверный лизинг, или лизинг с последовательной заменой имущества. Потребность в таком виде лизинга может возникнуть, когда лизингополучателю по технологии последовательно требуется различное оборудование. В этих случаях в соответствии с условиями лизингового договора лизингополучатель приобретает право по истечении определенного срока обменять арендуемое имущество на другой объект лизинга. Часто лизинг осуществляется не напрямую, а через посредника. При этом в договоре предусматривается, что в случае временной неплатежеспособности или банкротстве посредника лизинговые платежи должны поступать основному лизингодателю. Подобные сделки получили название «Сублизинг» [3].

Лизинг с полной амортизацией характеризуется: совпадением продолжительности сделки с нормативным сроком амортизации объекта; полной выплатой стоимости объекта лизинга при однократной его аренде; опционом пользователя на выкуп объекта по символической цене. **Лизинг с неполной амортизацией** допускает частичную выплату стоимости объекта и по своему содержанию приближается к параметрам оперативного лизинга.

Оперативный (сервисный) лизинг характеризуется тем, что срок лизинга короче, чем нормативный срок службы имущества, и лизинговые платежи не покрывают полной стоимости имущества. **Финансовый (капитальный) лизинг** представляет собой лизинг имущества с полной выплатой стоимости имущества и характеризуется тем, что срок, на который передается имущество во временное пользование, приближается по продолжительности к сроку эксплуатации и амортизации всей или большей части стоимости имущества.

Для финансового лизинга характерно: участие третьей стороны-производителя или поставщика объекта сделки; невозможность расторжения договора в течение основного срока аренды; более длительным сроком лизингового соглашения, близким к сроку службы объекта сделки (10-12 месяцев); объекты сделки при финансовом лизинге обычно отличаются высокой стоимостью. *После завершения срока контракта лизингополучатель может:* купить объект сделки по остаточной стоимости; заключить новый договор на меньший срок по льготной ставке; вернуть объект сделки лизинговой компании [2].

Расчет общей суммы лизинговых платежей осуществляется по формуле: $ЛП = АО + ПК + КВ + ДУ + НДС$ (1)

где: ЛП - общая сумма лизинговых платежей; АО - величина амортизационных отчислений, причитающихся лизингодателю в текущем году; ПК - плата за используемые кредитные ресурсы лизингодателем на приобретение имущества - объекта договора лизинга; КВ - комиссионное

вознаграждение лизингодателю за предоставление имущества по договору лизинга; ДУ - плата лизингодателю за дополнительные услуги лизингополучателю, предусмотренные договором лизинга; ДС - налог на добавленную стоимость, уплачиваемый лизингополучателем по услугам лизингодателя.

1) Амортизационные отчисления: $AO = (BC * Na) / 100$,

BC - балансовая стоимость имущества - предмета договора лизинга, млн. руб.; Na - норма амортизационных отчислений, процентов.

2) Расчет платы за используемые кредитные ресурсы:

$PK = (KP * CTk) / 100$,

CTk - ставка за кредит, процентов годовых; KP - кредитные ресурсы, используемые на приобретение имущества, плата за которые осуществляется в расчетном году, млн. руб.

3) Расчет комиссионного вознаграждения лизингодателю: $KVt = p \times BC$,

p - ставка комиссионного вознаграждения, процентов годовых от балансовой стоимости имущества;

4) Расчет платы за дополнительные услуги лизингодателя:

$DUt = (P + P + \dots + Pn) / T$

P, P ... Pn - расход лизингодателя на каждую предусмотренную договором услугу; T - срок договора, лет.

5) Расчет размера налога на добавленную стоимость, уплачиваемого лизингодателем по услугам договора лизинга: $NDSt = (Vt * CTn) / 100$

Vt - выручка от сделки по договору лизинга в расчетном году.

CTn - ставка налога на добавленную стоимость, % [1].

Использованные источники:

1. Солдатова Л.И. Повышение эффективности лизинга сельскохозяйственной техники и оборудования в аграрной сфере АПК Костромской области: дис. канд. эк. наук. – К., 2005.
2. Солдатова Л.И., Солдатова А.П. Бухгалтерский учет лизинговых операций у лизингодателя // Бухучет в здравоохранении. - 2013.- № 9. - С. 55-61.
3. Солдатова Л.И., Солдатова А.П. Бухгалтерский учет лизинговых операций у лизингополучателя // Бухучет в здравоохранении. - 2013. - № 10.- С. 30-36.

*Солдатова А.П.
студент 4 курса
экономический факультет
Солдатова Л.И., к.э.н.
доцент
ФГБОУ ВО Костромская ГСХА
Россия, г. Кострома*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

В статье проведен анализ эффективности использования основных средств на примере ОАО

Ключевые слова: основные средства, структура, эффективность, фондовооруженность, фондооснащенность

The article analyzes the effectiveness of fixed assets on the example of

Keywords: fixed assets, structure, efficiency, capital-labor ratio, fondoosnaschennost

Состояние и эффективное использование основных средств напрямую влияют на конечные результаты хозяйственной деятельности организаций. Рациональное использование основных средств способствует улучшению всех технико-экономических показателей, таких как выпуск продукции, снижение ее себестоимости, трудоемкости изготовления [2].

Таблица 1 – Наличие и движение основных средств, тыс. руб.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2012г- (+,-)
Наличие основных средств на начало года	11566	14458	14937	3371
Поступило за год основных средств	959	1222	1622	663
Выбыло за год	3851	1701	23244	19393
Наличие основных средств на конец года	14458	14937	36964	22506

В ОАО наблюдается стабильная тенденция увеличения стоимости основных средств, которая в 2014 году по сравнению с 2012 годом увеличилась на 3 млн. 371 тыс. руб. Поступление основных средств в организации происходит ежегодно, наибольшее поступление наблюдается в 2014 году и составляет 1 мил. 622 тыс. руб.

Для наиболее глубокого анализа обеспеченности организации основными средствами нужно проанализировать состав и структуру основных средств (таблица 2). За исследуемый период в ОАО стоимость основных средств увеличилась на 22 млн. 506 тыс. руб. Это увеличение связано с поступлением всех видов основных средств, за исключением зданий и сооружений, земельных участков и иных объектов природопользования стоимость которых на протяжении двух лет остается неизменной и составляет 2 мил.384 тыс. руб. и 405 тыс. руб. соответственно.

Таблица 2 - Состав основных средств по видам, тыс. руб.

Виды основных средств	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2010г- (+,-)
Здания и сооружения	2592	2384	2384	-208
Машины и оборудование	4490	4475	24791	20301
Транспортные средства	62	63	431	369
Продуктивный скот	6908	7402	8591	1683
Другие виды основных средств	406	208	362	-44
Земельные участки и иные объекты природопользования	-	405	405	-

Итого основных средств	14458	14937	36964	22506
------------------------	-------	-------	-------	-------

Под структурой основных средств подразумевается соотношение стоимости отдельных групп основных производственных средств, которая изменяется в зависимости от степени и характера технической оснащенности строительных организаций и их специализации [1].

Наибольший удельный вес в структуре основных средств в 2014 году занимают машины и оборудования –67% от общей стоимости основных средств. Продуктивный скот составил 23,2%, здания и сооружения – 6,44%, на долю транспортных средств и земельных участков приходится по 1,2%, другие виды основных средств занимают 1% .

Анализ технического состояния основных средств осуществляется путем сопоставления коэффициентов между собой [3].

Коэффициент выбытия за анализируемый период ниже коэффициента обновления, что свидетельствует об увеличении основных средств в стоимостном выражении. Основные средства обновляются ежегодно и в 2014 году коэффициент обновления составил 0,62 пункта, что больше чем в 2012 году на 0,36 пункта. Ежегодно происходит выбытие основных средств.

Таблица 3- Показатель движения основных средств

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2010г- (+,-)
Коэффициент прироста	0,25	0,03	1,47	1,22
Коэффициент выбытия	0,08	0,08	0,1	0,02
Коэффициент обновления	0,26	0,11	0,62	0,36
Коэффициент замещения	0,24	0,71	0,06	-0,18

Самый высокий коэффициент выбытия был в 2014 году – 0,1 пункта. В результате ежегодного поступления основных средств коэффициент прироста увеличивается и в 2014 году составил 1,22 пункта.

Большое значение для любого экономического субъекта имеет не только техническое состояние объектов основных средств, но и оснащенность предприятия данными объектами [1].

Таблица 4 - Оснащенность ОАО основными средствами и энергетическими мощностями

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2010г- (+,-)
Всего тракторов, шт.	11	6	8	-3
В т.ч. на 100 га с/х угодий, шт.	1,04	0,57	0,75	-0,29
Комбайны зерноуборочные, шт.	2	2	2	-
В т.ч. на 100 га зерновых культур, шт.	2,2	5	2,12	-0,08
Всего энергетических мощностей, л.с.	1401	1184	1719	318
Энергообеспеченность				
- на 100 га с/х угодий	1,32	1,11	1,62	0,3
- на 100 га пашни	1,83	1,55	2,25	0,42
- на 100 га посевной площади	1,83	1,55	2,25	0,42
Энерговооруженность, л.с.	38	37	47	9

Фондовооруженность, тыс.руб	281	379	420	139
Фондооснащенность, тыс.руб	984	1111	1470	468

В ОАО наблюдается тенденция снижения энергетических мощностей. Следовательно, также снижаются показатели энергообеспеченности: в 2014 году энергообеспеченность на 100 га сельскохозяйственных угодий составила 1,62, что ниже, чем в 2012 году на 0,3. На 100 га посевной площади энергообеспеченность снизилась на 0,42 и в 2014 году составила 2,25. Фондовооруженность увеличилась на 139 тыс. руб. и в 2014 она составила 420 тыс. руб. Этот рост обуславливается тем, что в 2014 году по сравнению с 2013 годом количество работников увеличилось на 6 человек, а также значительно увеличилась стоимость основных средств. Энерговооруженность за анализируемый период снижалась до 2013 года, но в 2013 году наметилась тенденция роста. Но если сравнивать показатель энерговооруженности 2014 года с 2012 годом, мы наблюдаем его увеличение на 9. Так, энергомощность составила в 2014 году 1719 л.с., что, выше чем в 2012 года на 318 л.с. Фондооснащенность за анализируемый период имеет устойчивую тенденцию роста и в 2014 году данный показатель составляет 1470 тыс.руб., что больше чем в 2012 году на 468. Данное увеличение проявляется на фоне роста стоимости основных средств.

Для наиболее полного и качественного анализа, необходимо рассмотреть основные показатели экономической эффективности использования основных средств (таблица5).

Таблица 5 - Показатели экономической эффективности использования основных средств

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2010г. (+,-)
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	13012	14698	25951	12939
Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	740	1710	2409	1669
Объем произведенной продукции, тыс. руб.	8281	11219	18411	10130
Среднесписочная численность работников, чел.	38	32	38	-
Фондоотдача	0,64	0,76	0,7	0,06
Фондоемкость	1,57	1,31	1,41	-0,16
Фондорентабельность	0,05	0,11	0,09	0,04

Фондоотдача показывает, сколько готовой продукции приходится на 1 рубль основных средств. Фондоотдача в ОАО увеличилась за анализируемый период на 0,06, это связано с увеличением стоимости основных средств и объемом произведенной продукции. Фондорентабельность характеризует использование основных средств и показывает долю прибыли, которая приходится на единицу стоимости основных средств. Фондорентабельность в 2012 году составила 0,05, но за анализируемый период увеличилась на 0,04. Это говорит о том, что в ОАО в 2014 году на 1 рубль основных средств приходилось 0,04 рубля прибыли.

Фондоемкость показывает, какая сумма основных средств приходится на каждый рубль готовой продукции. Фондоемкость в 2014 году составила 1,41, и по сравнению с 2012 годом этот показатель снизился на 0,16. Это говорит о более эффективном использовании основных средств в 2014 году. Уменьшение показателя фондоемкости за исследуемый период является положительной тенденцией в развитии ОАО.

Использованные источники:

1. Игошин А.Н., Николаева Е.Н. Инвестиционный проект обновления материально-технической базы на основе оптимизации зерноуборочной техники. //Вестник НГИЭИ. 2015. № 11 (54). С. 45-53.
2. Лебедева Е.О. Развитие предпринимательских объединений как институтов гражданского общества (на примере Костромской области). В сборнике: Наука молодых. сборник материалов международной научной конференции. под ред. З.В. Поливары, Т.Н. Пановой, М.А. Комиссаровой. Москва, 2015. С. 284-293.
3. Лобанов И.С. Использование математического моделирования для управления затратами на изготовление продукции промышленных предприятий. //Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-2 (64-2). С. 755-758.

*Солдатова А.П.
студент 4 курса
экономический факультет
Солдатова Л.И., к.э.н.
доцент*

*ФГБОУ ВО Костромская ГСХА
Россия, г. Кострома*

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАШИННО-ТРАКТОРНОГО ПАРКА И ГРУЗОВОГО АВТОТРАНСПОРТА

В статье проведен анализ показателей использования машинно-тракторного парка и грузового автотранспорта

Ключевые слова: машинно-тракторный парк, грузовой автотранспорт, тракторо-дни, эталонные гектары, машино-дни

The article analyzes the indicators of use of machines and tractors and trucks

Tags: machines and tractors, commercial vehicles, tractors-days reference acres, machine-days

Наиболее подробную и объективную информацию оценку эффективности использования машинно-тракторного парка можно дать при помощи аналитических и синтетических показателей. В первую очередь к ним относятся частные показатели, которые наиболее полно характеризуют степень интенсивности загрузки машинно-тракторного парка [5].

В ходе анализа следует детально изучить все показатели, динамику, провести аналитическое сравнение и установить причины изменения, а также факторы, которые непосредственно способствуют изменению конкретного показателя [2].

За анализируемый период в ОАО количество тракторов сократилось на 3 единицы. Данное снижение обуславливается износом тракторных механизмов и оборудования. Снижение количества тракторов привело к сокращению объема выполненных работ на 1714,8 эталонных гектара. Количество тракторо-дней пребывания в организации 2012 году составляло 4730 тракторо-дней., и за три года этот показатель уменьшился на 695 тракторо-дней., соответственно в 2014 году он составил 4035 тракторо-дней. На основании этого происходит снижение отработанных тракторо - дней на 236,8.

Таблица 1 — Показатели использования машинно-тракторного парка

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2012 г. (+,-)
Среднегодовое количество тракторов, ед.	11	6	8	-3
Выполнено работ всего, эт. га.	7000,4	3902,4	5285,6	-1714,8
Тракторо-дни пребывания в организации, тр-дни.	4730	4210	4035	-695
Отработано тракторо-дней, всего, тр.-дни.	1628	951,6	1391,2	-236,8
То же, в расчете на 1 трактор	148	158,6	173,9	25,9
Выполнено нормосмен, всего	1628	951,6	1391,2	-236,8
То же в расчете на 1 трактор	148	158,6	173,9	25,9
Годовая выработка на 1 трактор, эт. га.	636,4	650,4	660,7	24,3
Дневная выработка на 1 трактор, эт. га.	4,3	4,1	3,8	-0,5
Сменная выработка на 1 трактор, эт. га.	4,3	4,1	3,8	-0,5
Коэффициент сменности	1,0	1,0	1,0	-
Коэффициент использования тракторов	0,34	0,22	0,34	-
Расход горючего на 1 эт. га., кг.	3,6	2,9	3,2	-0,4

Годовая выработка за анализируемый период увеличилась на 24,3 и в 2014 году ее показатель составил 660,7 эталонных гектара. Дневная выработка в 2012 году составляла 4,3 эталонных гектара, а в 2014 году 3,8. Снижение показателя составило 0,5. В 2014 г. по сравнению с 2012 г. коэффициент сменности не изменился и составляет единицу, следовательно, тракторный парк организации работает в одну смену. Коэффициент использования тракторов остался неизменным и в 2014 году составил 0,34.

ОАО имеет парк грузовых автомобилей, которые перевозят основную часть грузов. От того, насколько эффективно он используется, зависит себестоимость перевозок, и как следствие, и финансовые результаты организации.

Для оценки работы грузового автотранспорта используется система частных и обобщающих показателей. Частные технико-эксплуатационные показатели позволяют оценить отдельные сегменты работы машин с точки зрения использования время их работы, скорости движения, пробега, грузоподъемности и т.д. [1].

Далее проведем анализ использования грузового автотранспорта

Таблица 2 — Анализ использования грузового автотранспорта

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2012 г. (+,-)
Среднесписочное число грузовых автомобилей, шт.	6	4	4	-2
Авто-дни пребывания, в т.ч.	3107	2866	2851	-256
в работе, маш.-дн.	1328	1251	1249	-79
в ремонте, маш.-дн.	861	761	720	-141
в простое, маш.-дн.	918	854	882	-36
Коэффициент использования автопарка	0,42	0,43	0,44	0,02
Общая грузоподъемность, т.	24,6	16,4	16,4	-8,2
Грузоподъемность в расчете на 1 машину, т.	4,1	4,1	4,1	-
Техническая грузоподъемность, т.	6,4	6,0	5,9	-0,5
Коэффициент использования грузоподъемности	0,64	0,68	0,69	0,05
Общий пробег автомобилей, тыс. км.	587	564	551	-36
в т.ч. с грузом, тыс. км.	141	138	135	-6
Коэффициент использования пробега	0,24	0,24	0,24	-
Расход горючего на 1 т.-км.:				
Бензин, г.	134	132	133	1
Дизельное топливо, г.	83	81	82	1
Себестоимость 1 т.-км.	12,93	13,04	13,96	1,03

В ОАО среднесписочное число грузовых автомобилей с 2012 года по 2014 год сократилось на 2 единицы. Соответственно, сократились и авто-дни пребывания в организации на 256 машино-дней. Стоит отметить положительный момент в работе грузового автопарка: количество авто-дней в ремонте и простое сократилось на 141 машино-дней и 36 машино-дней соответственно. Из этого следует, что коэффициент использования грузового автопарка за исследуемый период увеличился на 0,02 и в 2014 году он составил 0,44. Коэффициент использования грузового автопарка характеризует степень его загрузки. Это означает, что ОАО использует автопарк на 44%.

Общая грузоподъемность к 2014 году сократилась на 8,2 тонн и составила 16,4 тонны. Коэффициент использования грузоподъемности за анализируемый период увеличился на 0,05 и, соответственно, в 2014 году он составил 0,69. Показатель является высоким, он показывает, что в организации грузоподъемность машин используется с максимальной

эффективностью.

Общий пробег автомобиля снижается на 36 тонно-километр. Общий пробег автомобиля с грузом в 2014 году составил 135 тонно-километр, и по сравнению с 2012 годом этот показатель сократился на 6 тонно-километр. Коэффициент использования пробега на протяжении всего периода практически не меняется, и в 2014 году его значение составило 0,24.

С 2012 года по 2014 год расход бензина на 1 тонно-километр снизился на 2 грамма, а показатель дизельного топлива не изменился. Из-за резких скачков цен на топливо себестоимость 1 тонно-километра увеличивается за период на 1,03 рубля и в 2014 году составляет 13,96 рублей.

Использованные источники:

1. Иванова О. Е., Солдатова Л. И. Контролинговая система управления работой грузового автотранспорта в Костромской области. /Монография; М-во сельского хоз-ва Российской Федерации, Департамент науч.-технологической политики и образования, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования Костромская гос. с.-х. акад.. Кострома, 2011.
2. Игошин А.Н., Николаева Е.Н. Инвестиционный проект обновления материально-технической базы на основе оптимизации зерноуборочной техники. //Вестник НГИЭИ. 2015. № 11 (54). С. 45-53.
3. Лобанов И.С. Использование математического моделирования для управления затратами на изготовление продукции промышленных предприятий.//Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-2 (64-2). С. 755-758.
4. Сидоркина М.Ю. Перспективы развития региона (на примере Костромской области// Сборник статей Международной научно-практической конференции Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. 2015. С. 99-102.
5. Улезько А.В., Наумов А.С., Казанцев А.А. Развитие системы транспортного обеспечения интегрированных агропромышленных формирований/ Монография / Воронеж, 2015.

Старожилова О.В., к.техн.н.

доцент

кафедра «Высшей математики»

Поволжский государственный университет

телекоммуникаций и информатики

Чуйков В.А.

студент 1 курса

факультет базового телекоммуникационного образования

Россия, г. Самара

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШТРАФНЫХ ФУНКЦИЙ ДЛЯ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ЗАДАЧ

Статья посвящена численному методу нелинейного программирования решения задач оптимизации, рассматриваются штрафные функции для преобразования экстремальной задачи.

Ключевые слова: экстремальные задачи, штрафные функции, стационарные точки, приближенное решение.

METHOD OF PENAL FUNCTIONS FOR EXTREME TASKS

Article is devoted to a numerical method of nonlinear programming of the solution of problems of optimization, penal functions for transformation of an extreme task are considered.

Keywords: extreme tasks, penal functions, stationary points, approximate decision.

Широкое применение экстремальных задач оптимизации вызывает необходимость разработки надежных и эффективных методов их расчета. Одним из численных методов нелинейного программирования является метод штрафных функций. Идея метода проста и весьма универсальна, незаменима для нахождения начальных, приближенных решений.

Метод штрафных функций решает задачи нелинейного программирования путем исследования последовательности задачи без ограничений, т.е. подавлением ограничений.

Штрафную функцию представим в виде

$$P(x) = f(x) - \lambda(x)^T c(x) + \frac{1}{2} \sum_{i=1}^m \sigma_i (c_i(x))^2$$

где $\sigma_i > 0$, $i = \overline{1, m}$ ($i = 1, \dots, m$) являются параметрами штрафа.

Штрафная функция есть гладкая функция точных штрафных Флетчера для случая, когда присутствуют ограничения типа равенств. Параметр штраф увеличивается на каждой итерации, пока он не становится меньше заданного допуска. Задачу с ограничениями заменяем на последовательность неограниченных подзадач для минимизации функции штрафных.

Наличие функциональных ограничений (ограничений неравенств) в существенной степени затрудняет решение задач оптимизации, так как в большинстве случаев поиск оптимальной точки осуществляется вдоль граничных поверхностей нелинейной формы [1].

Идея метода штрафных функций состоит в замене целевой функции обобщенной функцией, значения которой совпадают со значениями исходной функции внутри допустимой области, но при приближении к границе области, а тем более при выходе из нее резко возрастают за счет второго слагаемого обобщенной функции – штрафной функции, порожденной ограничениями исходной задачи.

Штрафные функции строятся таким образом, что обеспечивают быстрое возвращение в допустимую область. Методы штрафных функций сводят задачу на условный экстремум к решению последовательности задач на безусловный экстремум.

Штрафные функции применяются с целью преобразования экстремальной задачи с ограничениями в задачу безусловной оптимизации. Метод позволяет найти стационарные точки, которые могут даже не принадлежать множеству допустимых планов исходной задачи. Чтобы частично устранить эту несогласованность необходимы условия, гарантирующие отсутствие стационарных точек штрафной функции, не принадлежащих множеству допустимых планов [2]. Рассмотренный подход применим, если известна начальная допустимая точка исходной задачи.

Реализация предложенного метода и алгоритма компьютерного численного анализа осуществлена в виде пакета прикладных программ, в котором учитывались следующие основные требования: наибольшая общность постановок задач из рассматриваемого класса, эффективность в отношении точности решения, экономичность по затратам машинного времени и использованию памяти, компактность и удобство в задании исходной информации, возможность расширения решаемого класса задач. В отдельном постпроцессорном модуле реализована функция визуализации полученных результатов.

Использованные источники:

1. Старожилова О.В. Итерационные методы исследования тонкостенных элементов конструкций. Наука и мир, 2015, т.1, №1(17), с.46-48.
2. Струченков В.И. Методы оптимизации в прикладных задачах. - М.: Солон-пресс, 2009, 320 с.

Синагулова Р.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

РАЗНОВИДНОСТИ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные разновидности делового письма. Богатство и разнообразие форм деятельности при ведении бизнеса неизбежно порождает соответствующее многообразие деловых писем. Деловое письмо, являясь одним из важнейших средств

общения в деловом мире, помогает человеку осуществлять предпринимательскую и коммерческую деятельность.

Ключевые слова: *деловое письмо, разновидности делового письма, признаки делового письма, деловая переписка, правила составления делового письма.*

Одним из важнейших факторов, определяющих успех делового общения, является умение вести деловую документацию, соблюдение этических норм в сборе, обработке и распространении служебной информации. Сегодня расширение многогранной деятельности любого предприятия, организации или отдельного руководителя невозможно представить без работы с документами. Подсчитано, что на составление служебных документов и работу с ними у некоторых категорий работников аппарата управления тратится от 30 до 70% рабочего времени [1, с.80]. В данной статье мы уделим основное внимание деловым письмам и их разновидностям.

Деловая переписка – основное официальное средство общения между организациями, организациями и частными лицами. Значит, при ее составлении следует учитывать сложившиеся правила. Во-первых, это обеспечит юридическую силу документов и, во-вторых, поможет достичь цели – побудить адресата к определенным, нужным вам действиям.

Понятие «деловая переписка» объединяет разные виды документов: служебные письма, телеграммы, телефонограммы, докладные записки и т.д.

Самый распространенный вид деловой переписки – деловые (служебные) письма. Особенности их содержания во многом зависят от того, для какой цели они составляются. Однако существуют общие требования составления и оформления, которые обязательны для любого письма. Говоря о правилах составления делового письма, следует разделять их на правила, относящиеся к форме документа, т.е. правила оформления, и на требования к содержанию.

Современное деловое письмо – это, прежде всего, служебное послание в виде официального документа, а также в форме всевозможных подтверждений, предложений, просьб, запросов, напоминаний, поручений, претензий, поздравлений, соболезнований и ответов на них, т.е. всего того, что, будучи изложенным в письменном виде, обуславливает деловые отношения. Существуют определенные каноны написания таких писем, несоблюдение которых может не только отразиться на престиже вашей фирмы, но и помешать заключению выгодных контрактов.

Виды деловых писем

❖ *Коммерческие* – используются при подготовке к заключению коммерческой сделки, а также при выполнении условий договоров. К ним относятся следующие деловые письма:

➤ *оферта (письмо-предложение)* – заявление лица о желании заключить сделку с указанием конкретных условий сделки;

➤ письмо-запрос – обращение одной стороны к другой о желании заключить сделку, как правило, без указания условий сделки либо уточнить какой-то вопрос при осуществлении сделки;

➤ рекламация (письмо-претензия) – претензии к стороне сделки, которая нарушила принятые на себя по договору обязательства, и требование возмещение убытков.

❖ *Некоммерческие* (собственно деловые письма) – используются при решении различных организационных, правовых вопросов, экономических взаимоотношений. К ним относятся:

➤ благодарственное письмо – содержит выражение благодарности по какому-то поводу;

➤ гарантийное письмо – содержит в себе подтверждение определенных обязательств;

➤ информационное письмо (письмо-извещение, письмо-сообщение, письмо-уведомление) – предполагает информирование о каких-то событиях либо фактах, которые составляют интерес либо могут заинтересовать адресата;

➤ письмо-напоминание – содержит напоминание о выполнении договоренностей, обязательств и меры, которые будут приняты в случае их невыполнения;

➤ письмо-подтверждение – содержит подтверждение получения какого-то товара, согласия с чем-либо, какого-то факта и т.п.;

➤ письмо-поздравление – содержит поздравление по какому-то поводу;

➤ письмо-приглашение – содержит приглашение на какое-то мероприятие;

➤ письмо-просьба – содержит просьбу совершить либо прекратить какое-то действие, побудить к действию и т.п.;

➤ письмо-соболезнование – содержит сочувствие по какому-то поводу;

➤ сопроводительное письмо – составляется для сообщения адресату о направлении каких-то сопроводительных документов, материальных ценностей.

По признаку получателя деловые письма делят на:

❖ Циркулярные письма – письма, адресованные нескольким получателям одновременно.

❖ Обычные письма – адресованные одному конкретному получателю.

По композиционному признаку деловые письма бывают:

❖ Одноаспектные – рассматривают один вопрос.

❖ Многоаспектные – затрагивают несколько вопросов одновременно.

По структуре выделяют следующие деловые письма:

❖ Регламентированные – составляются по определенному установленному образцу.

❖ Нерегламентированные – содержат авторский текст и составляются в свободной форме, не имеют установленного образца.

По форме отправления деловые письма могут быть:

❖ Конвертные – отправленные с помощью почты в конверте.

❖ Электронные – отправленные в электронном виде на e-mail.

❖ Факсовые – отправленные по факсу [2, с. 268-269].

Выход на внешний рынок связан с соблюдением определенных этических норм ведения бизнеса. В эти нормы входят и правила ведения деловой переписки, соблюдение которых поможет выгодно представить деятельность предприятия, избежать каких-либо недоразумений, наладить долгосрочные контакты и, в конечном счете, способствовать коммерческому успеху.

В заключение отметим, что написание делового письма – это своего рода искусство. Деловое письмо должно быть безукоризненным во всех отношениях: даже незначительное отступление от правил может сделать его неправомерным с юридической точки зрения. Правильно оформленное юридически, написанное хорошим языком на фирменном бланке, однозначное по смыслу деловое письмо – один из залогов успеха вашего дела [3, с. 125].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Служебная переписка как составная часть деловой коммуникации.// Информационная среда и ее особенности на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы Международной научно-практической конференции. – в 2-х частях. – ч 1. – Саратов, Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2012. – С.79 – 81.

2. Басаков М.И. Делопроизводство (Документационное обеспечение управления): Учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования. Издательско-кни-готорговый центр «Маркетинг». - 2002. - 336 с.

3. Игебаева Ф.А. Деловая документация в управленческой деятельности // Мировая наука и современное общество: актуальные вопросы экономики, социологии и права. Материалы международной научно-практической конференции. – 12 декабря 2014. в 2-х частях, Ч.І. Саратов. Изд-во ЦПМ «Академия бизнеса», 2014. – С.124 – 125.

*Сырямина Н.
студент 3 курса
экономический факультет
«Мордовский государственный
университет имени Н. П. Огарева»
Россия, г. Саранск*

ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

В настоящей работе определены основные цели и особенности благотворительной деятельности; представлен генезис ее развития. Дана сравнительная оценка видов и направлений благотворительной деятельности в России и за рубежом. Показан вклад российских предпринимателей в практику реализации благотворительной деятельности.

Благотворительность, благотворительная деятельность, рейтинг благотворительности

PRACTICE OF REALIZATION OF CHARITABLE ACTIVITIES IN RUSSIA

In this paper we define the main objectives and features of the charitable activities; presents the genesis of its development. A comparative assessment of types and areas of charitable activity in Russia and abroad. The contribution of Russian entrepreneurs in the implementation practice charity.

Charity, philanthropy, the rating of charity

Заметим, что в последнее время благотворительность в жизни общества набирает все новые обороты. Ей занимаются не только благотворительные фонды, государственные учреждения и отдельные лица, но и коммерческие организации. Координация деятельности в формате благотворительности регулируется Федеральным законом № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», вступившем в силу 11 августа 1995 г. Согласно данному закону под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки. [1]

На практике благотворительная деятельность направлена на достижение целей, к основным из которых, на наш взгляд, можно отнести:

- подготовка населения и оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, жертвам репрессий, беженцам и вынужденным переселенцам;
- содействие укреплению мира, дружбы и согласия между народами, предотвращению социальных, национальных, религиозных конфликтов;
- содействие укреплению престижа и роли семьи в обществе, защите материнства, детства и отцовства;
- содействие деятельности в сфере образования, науки, культуры,

искусства, просвещения, духовному развитию личности, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан;

– охрана окружающей среды, должное содержание зданий, объектов и территорий, имеющих историческое, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронения;

– социальная поддержка и правовая защита граждан;

– содействие развитию научно-технического, художественного творчества детей и молодежи, патриотическому, духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи.

Благотворительная деятельность в России носит динамичный исторический характер. Она в своем развитии прошла несколько этапов. Детальный генезис благотворительной деятельности в России представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Генезис благотворительной деятельности в России

Этап развития (временные рамки)	Институты / субъекты благотворительности	Характерные особенности
I (IX-XVI вв.)	Князья (княгиня Ольга, Владимир Святославович, Ярослав Мудрый, Владимир Мономах, Андрей Боголюбский, Александр Невский), церковь	Великие князья (княгиня Ольга, Владимир Святославович, Ярослав Мудрый, Владимир Мономах, Андрей Боголюбский, Александр Невский) нашли необходимость в обеспечении приютами, богадельнями и больницами нищих и убогих. Например, князь Владимир организовал систему здравоохранения на Руси для всех слоев населения, а Ярослав Мудрый дополнил Церковный и Земский уставы разделами о благотворительности. Активная деятельность церкви заключалась в создании системы монастырей, где находили приют нищие и страждущие, обездоленные, сломленные физически и морально. Распространена «слепая» раздача милостыни, когда ничего не выяснялось о нищем.
II (Начало XVII в., 1649г., 1715г., 1764 г., 1806 г., 1861г.)	Государство в лице императорской власти, государственные институты социальной поддержки и защиты	«Соборное уложение» 1649 г., принятое в период царствования Алексея Михайловича, включило в себя статьи об общественном призрении. При Петре I детство и сиротство становятся объектом попечения государства. Открытие при Петре I (1715 г.) первых воспитательных домов для детей-подкидышей. При Екатерине II в 1764 г. был открыт Воспитательный дом в Москве, открытие сиротских домов, больниц и домов для душевнобольных. Супруга императора Павла I Мария Федоровна в 1806 году открыла первое в России училище глухонемых; в начале XIX в. – Вдовий дом.
III (60-е гг. XIX в. - начало)	Благотворительные (филантропические) организации и	Зарождаются общественные институты, филантропические организации, формируются сети благотворительных учреждений и заведений, происходит совершенствование механизмов благотворительной помощи. Охватывался все

XX в.)	учреждения, отдельные предприниматели (Третьяковы, Мамонтовы, Бахрушины, Морозовы, Прохоровы, Шукины, Найденовы, Боткины)	<p>более широкий круг детей с разными социальными проблемами: болезнь или дефект развития, сиротство, бродяжничество, беспризорность, проституция, алкоголизм и т.д. Организованы приюты для глухонемых, слепых детей, детей, инвалидов, где их образовывали и обучали различным ремеслам в соответствии с их недугом. Благотворительность принимает светский характер. Личное участие в благотворительной деятельности воспринимается обществом как морально-нравственный и этический поступок. Зарождается профессиональная помощь; появляются профессиональные специалисты в ее оказании. Организуются различные курсы, ставшие началом профессионального обучения кадров для социальных служб. В 1911 г. на юридическом факультете Психоневрологического института была открыта «Социальная школа». 1871 – 1912гг. – создана организация помощи пострадавшим от локальных войн и стихийных бедствий «Российским обществом красного креста».</p> <p>Широкая благотворительная деятельность принесла государству галереи и театры, школы и библиотеки, университеты и научные учреждения, больницы и приюты.</p>
IV (с 1917 г. до середины 80-х гг. XX в.)	Государство	<p>Переломным моментом в развитии благотворительности в России стала Октябрьская революция 1917 г. (осуждение большевиками благотворительности как буржуазного пережитка, поэтому любая благотворительная деятельность была запрещена). Ликвидация частной собственности закрыла возможные источники частной благотворительности. Отделение церкви от государства и фактически ее репрессирование закрыло путь церковной благотворительности.</p> <p>Государство взяло на себя заботу о социально обездоленных, число которых в результате острых социальных катаклизмов (первой мировой войны, революций, гражданской войны) резко возросло. Сиротство, беспризорность, правонарушения среди подростков, проституция несовершеннолетних – острые социальные проблемы того периода, которые требовали своего решения.</p>
Середина 80-х XX в по настоящее время	Государство, бизнес, благотворительные организации и учреждения (зарубежные: Фонд Форда, Фонд Джона Д. и Кэтрин Т. МакАртуров; отечественные: Фонд В. Потанина, Фонд	<p>С 90-х гг XX века началось возрождение благотворительности и меценатства. Первыми благотворителями в России в постсоветское время были зарубежные фирмы и их фонды. Происходит возрождение церковной благотворительности, долго находившейся под запретом.</p> <p>В начале 2000-х появились и российские благотворительные фонды, созданные бизнесом. В 2005 году 70 % компаний России тратили на благотворительную деятельность.</p> <p>В настоящее время количество Фондов увеличивается. Они занимаются поддержкой культуры, образования и науки, спорта, нуждающихся слоев населения и др. Государственная значимость в благотворительности до сих пор имеет весомое значение.</p>

Анализируя особенности благотворительной деятельности, очевидно полагать, что благотворительность была и остается до сих пор актуальной темой для всего общества, что подтверждает ее историческая хронология. В разное время обязанность защиты нуждающихся слоев населения, поддержки сфер культуры, искусства, образования и спорта переходила из рук в руки. В настоящее время эта обязанность все в большей степени ложится на плечи частного сектора.

Деятельность российской благотворительности можно проследить, анализируя «Мировой рейтинг благотворительности», в котором проводится сравнение благотворительной деятельности по трем видам: денежные пожертвования, волонтерство, помощь нуждающимся.

Анализируя данный рейтинг, можно видеть, что лидирующую позицию в нем в 2012 г. занимала Австралия, получив значение мирового рейтинга в 60 %, 20 место – Оман (44%). Россия в этом рейтинге занимает 127 место.

По такому виду благотворительной деятельности как денежные пожертвования ситуация выглядит следующим образом. Так, по доле населения первое место занимает Ирландия – 79 %, по числу участников – Индия – 165 млн. человек. По сводному рейтингу денежных пожертвований Россия занимает 130 место. Удельный вес денежных пожертвований составил 7%.

Критерий волонтерства отражает следующую картину: по доле населения первое место занимает Туркменистан – 58%, по числу участников – США – 105 млн. человек. Россия на 8 месте – 21 млн. человек. По сводному рейтингу волонтерства Россия занимает 67 место – 17%.

По помощи нуждающимся рейтинг стран в 2012 г. был следующим: по доле населения на первом месте – Либерия – 81%, по числу участников – Китай – 283 млн. человек. По сводному рейтингу помощи нуждающимся Россия занимает 129 место – 29%.

Среди рейтинга по благотворительности стран Восточной Европы, Россия занимает 9 место, уступая таким странам, как Словакия, Республика Молдова, Беларусь, Венгрия, Польша, Чехия, Украина, Румыния [4].

Среди основных причин, сказавшихся на низком уровне благотворительной деятельности в нашей стране, можно назвать ее разовый характер и несовершенство институциональной среды.

Как показывает практика зарубежных стран в условиях рыночной экономики благотворительность все чаще переходит в руки частного сектора. Сравнивая благотворительную деятельность российских компаний и зарубежных, можно сказать, что частный сектор европейских стран и США тратят на нужды общества больше, чем в России (98 % и 96 % против 70%).

Характерно и то, что в России благотворительностью занимаются относительно недавно. В то время как на западе эта практика распространена достаточно широко. Основной причиной занятия данной деятельностью является отсутствие налогов на тот процент прибыли, который отводится на развитие общества (такая практика широко применяется за рубежом). При этом организации стремятся не просто потратить свои деньги на благотворительные цели, они тщательно прорабатывают процесс реализации своих программ. В настоящее время в России каждая вторая крупная компания имеет свой благотворительный бюджет, ряд из них имеют собственные благотворительные фонды.

Для компании корпоративная благотворительности может иметь значение в виде:

- повышения лояльности сотрудников, клиентов, партнеров;
- эффективного использования свободных денежных средств;
- элемента PR и создания положительной репутации компании;
- налаживания отношений с государственными органами;
- создания благоприятного окружения, в которой работает организация.

В России проводится ежегодное исследование компаний в области их корпоративной благотворительности – «Лидеры корпоративной благотворительности». В нем принимают участие российские и международные компании, осуществляющие свою благотворительную деятельность на территории РФ. По результатам исследования «Лидеры корпоративной благотворительности - 2012» в десятке лучших компаний, осуществлявших свою деятельность в 2011 г., оказались:

1. Акционерная финансовая корпорация «Система»;
2. ЗАО НПК «Катрен»;
3. ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО»;
4. Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.;
5. ОАО «Трубная Металлургическая Компания»;
6. Компания РУСАЛ;
7. ОАО «Холсим (Рус)»;
8. ОАО «Мобильные ТелеСистемы»;
9. ЗАО УК «Петропавловск»;
10. ОАО «Банк УРАЛСИБ». [7]

Абсолютным лидером стал благотворительный фонд «Система» – некоммерческая организация, созданная в 2003 г. для реализации социально значимых проектов ОАО АФК «Система». Общий объем расходов данной компании на благотворительную деятельность в 2011 г. составил 1 млрд 800 млн руб.

Благотворительный фонд «Система» основное внимание ориентирует на поддержку таких сфер деятельности как, наука и образование; спорт; развитие культурного и социального наследия России [6].

Многие российские предприниматели занимаются благотворительностью лично. Среди них необходимо отметить таких выдающихся лидеров в этом направлении, как А. Усманова и В. Потанина.

А. Усманов – основатель USM Holdings. Расходы на благотворительность в 2012 г. предпринимателя А. Усманова составили 180 млн долларов. Среди фондов с личным участием особо следует выделить: «Искусство, наука и спорт», «За будущее фехтования», «Фонд поддержки ветеранов фехтования. Ключевыми приоритетами приоритетами обозначенных фондов являются: поддержка театров, музеев, культурных объектов; поддержка олимпийцев и параолимпийцев, поддержка Федерации фехтования России, Всероссийской федерации волейбола, Всероссийской федерация гребли на байдарках и каноэ; поддержка мероприятий Российского футбольного союза по развитию детского, женского, любительского, пляжного, студенческого футбола, а также футбола ветеранов и инвалидов; помощь тяжелобольным детям [8].

В. Потанина – владелец компании «Интеррос», генеральный директор ГМК «Норильский Никель»; расходы на благотворительность в 2012 г. – 39,3 млн долларов (Фонд с личным участием: «Благотворительный фонд В.Потанина»).

Фонд В. Потанина был учрежден в 1999 г. Основная задача Фонда – содействие развитию благотворительности в России, поддержка одарённых и интеллектуальных людей. Фонд формирует общественную среду, где ценностями являются творчество, профессионализм и добровольческая активность.

Одна из ведущих программ Фонда В. Потанина – Федеральная стипендиальная программа, цель которой является поддержка лучших студентов ведущих российских вузов, расширение возможностей для их профессионального и личностного роста [5].

Основными компонентами программы являются:

- проведение ежегодных конкурсных отборов в вузах;
- ежемесячная выплата стипендий на протяжении года;
- проведение Зимних и Летних школ для стипендиатов;
- выделение грантов победителям Школ на реализацию волонтерских проектов;
- мониторинг реализации проектов.

С 2000 по 2012 гг. 170 тыс. студентов ведущих государственных вузов приняло участие в конкурсном отборе. По итогам конкурсного отбора в общей сложности было назначено 15,6 тыс. стипендий [2].

С 2010 г. Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева также стал участником образовательных программ Благотворительного фонда В. Потанина. В рейтинге Фонда среди ведущих вузов России университет занимает 24 место. Ежегодно в конкурсе Федеральной стипендиальной программы Благотворительного Фонда В. Потанина

принимает более 350 студентов-огаевцев. Конкурсная программа состоит из 2 этапов: тестирование и игровой тур. В результате тестирования во 2 тур проходит 100 студентов, среди которых в игровом турнире определяется лучшая двадцатка. 20 студентов становятся стипендиатами Благотворительного фонда В. Потанина. В 2012 г. размер такой стипендии составил 5000 руб. в месяц каждому победителю.

В 2012 г. расходы Фонда составили 256 624 тыс. руб., из которых 52 % были направлены на реализацию программ в сфере образования, 28 % – в сфере культуры, 20 % – на программы развития и поддержки благотворительности.

В 2013 г. В. Потанин присоединился к благотворительному движению Giving Pledge («Клятва дарения»), согласно которой его пожертвования должны составить не менее половины его состояния.

Современные условия требуют поддержки социальной сферы частным бизнесом, увеличения их роли в финансировании различных проектов. Компании должны стать социально ответственными, осуществлять поддержку общества и публиковать свои результаты в отчетах. Это поможет как самой компании (повышение лояльности сотрудников, клиентов, смягчение каких-либо требований со стороны государственной власти), так и местному сообществу. Государство, в свою очередь, должно в полной мере обеспечить юридическую защиту такого вида деятельности, заниматься пропагандой социальной ответственности бизнеса, в том числе корпоративной благотворительности, поддерживать организации, занимающихся благотворительностью, и содействовать им, публиковать статистические данные.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 23.12.2010) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».
2. Годовой отчет 2012 Благотворительного Фонда В. Потанина [Электр. ресурс] Режим доступа : <http://www.fondpotanin.ru/content/reports/.pdf>
3. Единый информационный ресурс московской благотворительности. [Электр. ресурс] Режим доступа <http://www.mosblago.ru/groups/page-31.htm>
4. Мировой рейтинг благотворительности 2012 [Электр. ресурс] Режим доступа : <http://www.cafrussia.ru/files/.pdf>
5. Официальный сайт Благотворительного фонда Владимира Потанина [Электр. ресурс] Режим доступа : <http://www.fondpotanin.ru/>
6. Официальный сайт Благотворительного фонда «Система» [Электр. ресурс] Режим доступа : <http://www.bf.sistema.ru/>
7. Официальный сайт газеты «Ведомости» [Электр. ресурс] Режим доступа : <http://www.vedomosti.ru/>
8. Официальный сайт журнала Forbes [Электр. ресурс] Режим доступа : <http://www.forbes.ru/forbeslife-photogallery/blagotvoritelnost/rating/242052-reiting-rossiiskih-metsenatov>

9. Российское информационное агентство [Электр. ресурс] Режим доступа : <http://ria.ru/spravka>.

Сырямина Н.
студент 3 курса
экономический факультет
«Мордовский государственный
университет имени Н. П. Огарева»
Россия, г. Саранск

СТРАТЕГИЯ ОПТИМИЗАЦИИ КАЧЕСТВЕННОГО СОСТАВА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БИОХИМИК»

В данной статье мною была рассмотрена такая значимая экономическая категория, как качественный состав персонала. В настоящее время, кризисная ситуация в отечественной экономике делает проблему улучшения качественного состава отечественных предприятий как нельзя актуальной. В работе проанализирован качественный состав предприятия ОАО «Биохимик», выявлены основные проблемы в кадровой политике, значительно снижающие качественные характеристики персонала, а также предложены конкретные меры по ее улучшению. В заключение определено влияние качественного состава на выработку предприятия и определен экономический эффект от предложенных мер.

Качественный состав персонала, кадровая политика, квалификация персонала, разряд рабочих, трудовой стаж

THE STRATEGY OF OPTIMIZING THE QUALITATIVE COMPOSITION OF THE PERSONNEL ON THE EXAMPLE OF JSC «BIOCHIMIK»

In this article, I have such a significant economic category as the qualitative composition of the personnel has been considered. Currently, the crisis in the domestic economy makes the problem of improving the qualitative composition of domestic enterprises could not be relevant. The paper analyzed the qualitative composition of the JSC «Biochimik» enterprise, the main problems in the human resources policy, significantly reducing the qualitative characteristics of personnel, as well as proposed specific measures to improve it. Finally, we determined the effect of the qualitative composition of enterprise production and to determine the economic impact of the proposed measures.

The qualitative composition of staff, personnel policies, personnel qualification, the category of workers, seniority

В настоящее время промышленность ощущает потребность в специалистах нового уровня, не только владеющих самыми современными технологиями и умеющими обращаться с микропроцессорной техникой, но и обладающих широким кругозором в области экономики рынка, умением

работать творчески. В связи с этим важное значение в анализе имеет изучение качественного состава работников: по стажу, квалификации (разрядам), образованию, половозрастной структуре. Исследование рабочих кадров по возрастной и квалификационной структуре проводится с учетом стажа работы на предприятии. Связь этих трех факторов между собой, позволяет получать детальные данные, необходимые для управления использованием рабочей силы и осуществления кадровой политики, а также для анализа условий труда и жизни работников.

Кадровое планирование является одним из важнейших этапов плановой деятельности предприятий, поскольку от результатов планирования зависят с одной стороны объемы деятельности предприятия (товарооборот, прибыль, доход), с другой – сумма расходов предприятия на содержание персонала и ее обоснованность [1].

Целью данной статьи является проанализировать качественный состав персонала предприятия ОАО «Биохимик», определить его влияние на финансовую деятельность, а также выявить узкие места и предложить мероприятия по его совершенствованию и улучшения кадровой политики предприятия в целом. Данные для соответствующего анализа приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Квалификационный состав рабочих на предприятии ОАО «Биохимик» за 2012-2014 гг.

Разряд	Тарифные коэффициенты за каждый год	Численность рабочих, фактическая			Численность рабочих, планируемая			Трудоемкость работ, план, нормо-час		
		2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
1	1	178	174	172	187	162	184	344402	298667	338395
2	1,3	256	257	283	254	226	296	468387	415537	514949
3	1,71	132	199	275	135	183	272	247970	337624	500236
4	1,94	77	116	155	90	106	128	165313	194783	264831
5	2,23	39	41	52	45	49	56	82657	90899	102990
6	2,51	23	33	34	30	35	40	55104	64928	73564
Без разряда		62	58	60	46	23	33	0	0	0
Итого		759	879	1039	740	761	974	1363832	1402437	1794965

Из данных табл. 2.7 видно, что квалификационная структура рабочих в 2013 году отличается от структуры рабочих в 2012 году. Численность рабочих низших разрядов (1 – 2) в 2013 году ниже, чем в 2012 году, а средних (3 – 4) и высших (5 – 6) – выше. В 2014 году также происходило увеличение численности работников средних и высших разрядов на 110 и 11 работников соответственно по сравнению с предыдущим годом. Наибольший удельный вес во все годы занимают рабочие 2-го разряда, наименьший – 6-го разряда. Однако на заводе работают и рабочие без разряда, привлекаемые для выполнения простейших работ, связанных в основном с перемещением грузов. Следовательно, на предприятии ежегодно происходит повышение численности рабочих более высоких разрядов и наоборот снижение численности рабочих низких разрядов.

Изменение структуры рабочих обуславливает необходимость изучения их квалификационного уровня. Квалификационный уровень рабочих определяется на основе сопоставления, например, среднего тарифного коэффициента в 2014 году со средним тарифным коэффициентом в 2013 году. Для исследования уровня квалификации рабочих и анализа его соответствия сложности выполняемых работ построим на основе предыдущих данных следующую таблицу:

Таблица 2 – Показатели квалификационного уровня рабочих и разряда работ в ОАО «Биохимик»

Показатели	2012	2013	2014
Средний тарифный коэффициент работ	1,482	1,540	1,545
Средний тарифный коэффициент рабочих	1,478	1,538	1,544
Средний разряд работ	2,443	2,585	2,597
Средний разряд рабочих	2,435	2,580	2,594

Итак, как видно из таблицы 2, средний разряд работ в 2013 году выше, чем в 2012 году на 0,142, и тот же показатель в 2014 году выше, чем в 2013 году на 0,012. Данные характеризуют повышение среднего уровня сложности работ, что связано с усложнением оборудования и технологий при производстве спирта. Средний разряд рабочих также имеет ежегодную тенденцию к росту, что демонстрирует повышение общего квалификационного уровня рабочих, и, безусловно, повышает эффективность работы персонала и предприятия в целом. Однако фактический средний разряд рабочих ниже среднего разряда работ. Это является свидетельством того, что фактический уровень квалификации ниже предусмотренного по плану. Тем не менее, разность между данными показателями ежегодно уменьшается, и фактический разряд рабочих приближается к плановому показателю.

Следующим этапом исследования качественного уровня персонала будет являться анализ возрастной структуры работников, общего уровня образования, и стажа работы. (Таблица 3)

Таблица 3 – Анализ качественного состава трудовых ресурсов в ОАО «Биохимик»

Группы работников	Численность работников на конец года, чел.			Удельный вес, %		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
По возрасту, лет:						
до 20	31	39	32	3	3,5	2,5
От 20 до 30	315	318	355	30,1	28,9	28,3
От 30 до 40	315	334	418	30,1	30,3	33,3
От 40 до 50	275	295	331	26,3	26,8	26,4
От 50 до 60	110	109	110	10,5	9,8	8,9
Старше 60		1	1		0,7	0,6
Итого	1046	1103	1254	100	100	100
По образованию:						
Начальное	0	0	0	0	0	0
Незаконченное среднее	63	62	63	6	5,6	5
Среднее, среднее специальное	904	963	1096	86,5	87,3	87,4
Высшее	79	78	95	7,5	7,1	7,6
Итого	1046	1103	1254	100	100	100
По трудовому стажу, лет:						
До 5	212	217	229	20,3	19,7	18,2
От 5 до 10	118	140	150	11,3	12,7	11,9
От 10 до 15	283	303	339	27,1	27,5	27

Анализируя качественный состав трудовых ресурсов (таблица 3) выяснилось: что в 2012 году наибольший удельный вес в группе работников по возрасту занимают работники в возрасте от 20 до 30 лет – 30,1% и от 30 до 40 лет – 30,1%. В 2013 году наибольший удельный вес занимали рабочие и служащие в возрасте от 30 до 40 лет 30,3%, а наименьший – рабочие и служащие в возрасте старше 60 лет 0,7 %. Качественный состав в 2014 году по сравнению с 2013 годом существенно не изменился: наибольший удельный вес в группе рабочих по возрасту занимали рабочие и служащие в возрасте от 30 до 40 лет, а именно 33,3 %, а наименьший удельный вес рабочие в возрасте старше 60 лет – 0,6 %.

Необходимо отметить, что на конец рассматриваемого периода сократилась доля молодых работников в возрасте от 20 до 30 лет на 1,8% и доля работников предпенсионного возраста на 1,6% (от 50 до 60 лет) по сравнению с базовым годом. Соответственно повысился удельный вес персонала в возрасте от 30 до 50 лет. Т.е. с одной стороны произошло

омоложение трудового коллектива, с другой стороны состав персонала стал в большей степени укомплектован работниками среднего возраста.

По образованию наибольший удельный вес имеют группы рабочих со средним и средне специальным образованием, так в 2012 году - 86,5 %, в 2013 году эта группа рабочих и служащих увеличилась на 0,8% и составила 87,3 %, а в 2014 году по сравнению с 2012 годом данная группа рабочих увеличилась на 0,9% и составила соответственно 87,4%. Наименьший удельный вес в группе рабочих по образованию составляют рабочие и служащие с незаконченным средним образованием, более того их доля ежегодно снижается. Работники с высшим образованием составляют небольшой удельный вес, однако в 2014 году их было на 17 человек больше чем в 2012 году.

По трудовому стажу наибольший удельный вес имеют группы рабочих со стажем от 10 до 15 лет. Так в 2012 году эта группа рабочих составила в общей структуре рабочих и служащих фармацевтического завода 27,5 %, а в 2013 году 27%. Немного меньший процент занимают как в 2012 году, так и в 2013 году группы рабочих с трудовым стажем свыше 20 лет – 21,1 % и 22,0% соответственно.

Наименьший удельный вес характерен для работников с трудовым стажем от 5 до 10 лет. Рассматривая динамику изменения долей групп рабочих по стажу, видно, что процент работников со стажем меньше 5 лет ежегодно снижается, доли остальных групп на конец 2014 года повысились по сравнению с 2012 годом.

Политика совершенствования состава и структуры кадров предприятия должна носить научный характер, иметь методологическую основу, а не опираться на интуицию и опыт руководителей – практиков, так как подобные эксперименты очень часто не приносят желаемого результата, не повышают эффективность работы организации. С этой точки зрения, для руководителей – практиков саранского фармацевтического завода в данной работе большое место уделяется рассмотрению теоретических аспектов совершенствования системы управления персоналом организации, а также планирования и формированию состава и структуры кадров.

На основе проведенного анализа качественной составляющей персонала предприятия ОАО «Биохимик» были выявлены такая проблема, как несоответствия по среднему разряду работ и квалификации персонала в отрицательную сторону в 2014 году (0,012). Еще одной проблемой может стать необходимость сокращения персонала в 2015 тенденция, в связи с кризисными явлениями в экономике.

Устранение поставленных проблем должно носить комплексный характер, в связи с чем предприятию необходимо внести коррективы в свою кадровую политику. На сегодняшний момент кадровая политика ОАО «Биохимик» проработана и используется лишь частично. Как уже отмечено, работники предприятия «Биохимик» не в полной мере соответствуют

плановым квалификационным требованиям. Обучение персонала и повышение его квалификации также должно стать приоритетом в кадровой политике предприятия, ибо это поможет приблизить профессионально-квалификационную структуру к требованиям производства и рационально распределить работников по рабочим местам.

В целях повышения квалификации персонала и его переподготовки рекомендуется осуществлять:

- планирование мер по обеспечению уровня квалификации работников, соответствующего их личным возможностям и производственной необходимости;

- выбор формы обучения работников при повышении квалификации (с помощью работников структурного подразделения, отвечающего за работу с кадрами, или в соответствующем образовательном заведении с отрывом или без отрыва от производства);

- работу по организации повышения квалификации и переподготовки персонала;

- планирование карьеры и других форм развития и реализации способностей;

- определение принципов, форм и сроков аттестации кадров.

Обучение персонала играет большую роль в целях повышения квалификационного уровня работников и совершенствования квалификационной структуры персонала. Приведем возможные методы обучения персонала завода на рабочем месте и вне рабочего места.

На рабочем месте:

- направленное приобретение опыта (основу должен составлять индивидуальный план обучения);

- производственный инструктаж;

- смена рабочего места (ротация);

- использование работников в качестве ассистентов, стажеров;

Вне рабочего места:

- чтение лекций;

- программированные курсы обучения;

- самостоятельное обучение;

- тренинг (интенсивное обучение работника другим более опытным и профессиональным работником относительно основ его деятельности);

В целях подготовки резерва и, исходя из потребностей завода в инженерно-технических кадрах, можно предложить направлять молодежь на учебу с отрывом от производства на договорной основе. При реализации данных направлений планируемые на 2015 кадровой службой тарифные коэффициенты рабочих и средний разряд рабочих увеличатся на 0,128 и 0,184 соответственно (рисунок 3.1).

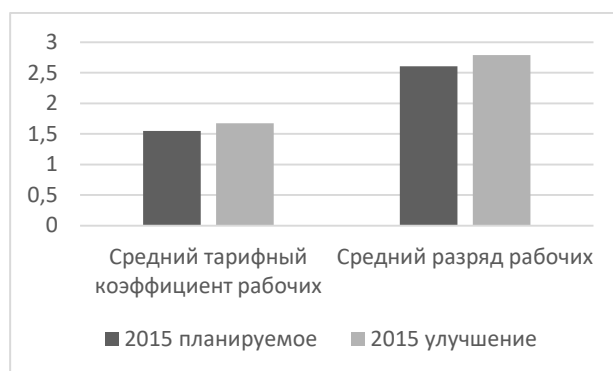


Рисунок 3.1 – Улучшение тарифных коэффициентов рабочих и их среднего разряда

Данное улучшение нормализует соотношение коэффициентов и разрядов работ и рабочих и положительно скажется на средней выработке предприятия.

Изменение в кадровой политике, способны стабилизировать значения качественных показателей, и несколько сгладить ожидаемые сокращения. Тем самым в 2015 году при прочих равных условиях будет повышение показателей выработки (0,012 тыс. руб.) при некоторой снижении персонала (5 человек), что способно увеличить валовый объем произведенной продукции на 18,3 млн. рублей, по сравнению с плановым значением предприятия, в котором не учтены соответствующие преобразования (рисунок 3.2).

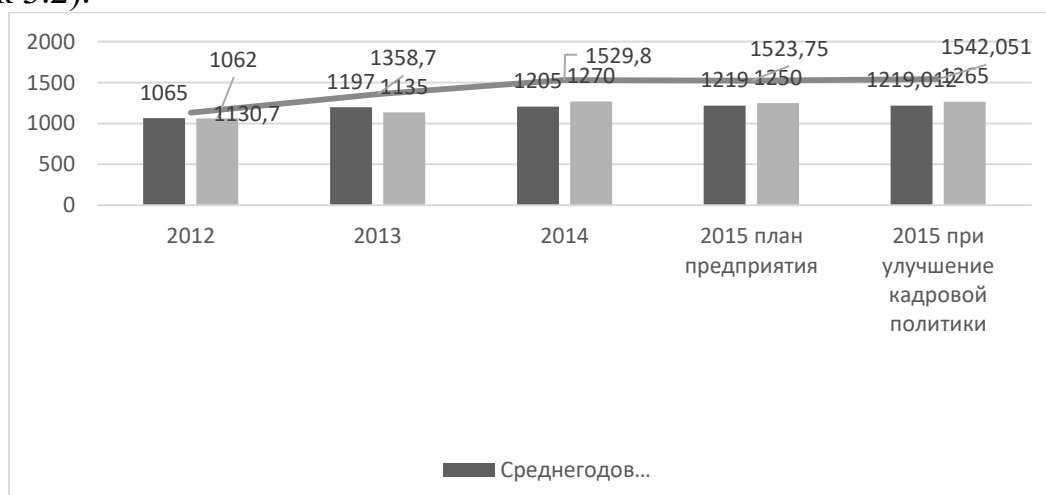


Рисунок 3.2 – Улучшение планируемых показателей за счет изменения кадровой политики и качественного состава сотрудников

В заключение необходимо сказать, что в 2015 году, предприятие в любом случае ожидает некоторое снижение численности персонала, однако такие мероприятия, как улучшение кадровой политики и повышение тарифного разряда рабочих способны снизить негативные тенденции и даже увеличить валовый объем выпуск продукции в 2015 году по сравнению с 2014 на 12 млн. рублей при прочих равных условиях. В свою очередь отказ

от них приведет к снижению данного показателя на 6 млн. рублей. Данный факт подчеркивает значимость грамотной политики в области качественного состава персонала предприятия и доказывает необходимость улучшений ее текущего состояния на ОАО «Биохимик».

Использованные источники:

1. Мельник Е. С. Проблема планирования кадрового потенциала на предприятиях [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук: материалы междунар. науч. конф. (г. Уфа, октябрь 2011 г.). — Уфа: Лето, 2011. — С. 113-115.
2. Ивановская Л.В. Обеспечение системы управления на предприятии .- М: ГАУ, 1995

*Сырямина Н.
студент 3 курса
экономический факультет
«Мордовский государственный
университет имени Н. П. Огарева»
Россия, г. Саранск*

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной работе мною была рассмотрена экономическая сущность результатов финансовой деятельности. Также были рассмотрены основные виды прибыли, построена модель формирования финансовых результатов прибыли. В статье также приводятся ключевые факторы формирования прибыли.

Прибыль, финансовые результаты деятельности, доходы, расходы, бухгалтерский баланс

THE SYSTEM OF INDICATORS CHARACTERIZING THE FINANCIAL RESULTS OF THE COMPANY

In this paper, the economic substance of financial performance was considered by me. Also discussed were the main types of income, a model of formation of financial results of profit. The article also provides the key factors of profit.

Earnings, financial performance, revenues, expenses, balance sheet

Экономической базой формирования финансовых результатов являются доходы и расходы предприятия. Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов и погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников. Доходы организации в зависимости от их характера, условия получения и направлений деятельности организации подразделяются на:

- а) доходы от обычных видов деятельности;
- б) прочие доходы.

Доходами от обычных видов деятельности является выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг [2, с.17]. Прочими доходами являются:

- поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации;
- поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности;
- поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам);
- прибыль, полученная организацией в результате совместной деятельности;
- проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке;
- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
- активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;
- поступления в возмещение причиненных организации убытков;
- прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;
- суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности;
- курсовые разницы;
- прочие доходы.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов, возникновение обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников. Расходы организации в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации подразделяются на:

- а) расходы по обычным видам деятельности;
- б) прочие расходы.

Расходами по обычным видам деятельности являются расходы, связанные с изготовлением продукции и продажей продукции, приобретением и продажей товаров. Такими расходами также считаются расходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг [3, с. 20].

Прочими расходами являются:

- расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации;
- расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов

интеллектуальной собственности;

- расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций;

- расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции;

- проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов);

- расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями;

- отчисления в оценочные резервы, создаваемые в соответствии с правилами бухгалтерского учета (резервы по сомнительным долгам, под обесценение вложений в ценные бумаги), а также резервы, создаваемые в связи с признанием условных фактов хозяйственной деятельности;

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;

- убытки прошлых лет, признанные в отчетном году;

- суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания;

- курсовые разницы;

- сумма уценки активов;

- прочие расходы.

Анализ доходов и расходов организации носит предварительный вводный характер по отношению к дальнейшему анализу финансовых результатов. Он дает общую картину факторного влияния полной совокупности доходов и расходов на чистую прибыль. В процессе углубленного анализа финансовых результатов используются различные показатели прибыли. По составу включаемых элементов различают валовую прибыль, прибыль от реализации, прибыль до налогообложения и чистую прибыль. Валовая прибыль – сумма прибыли (убытка) от реализации продукции, основных фондов, иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Прибыль от продаж – рассчитывается разностью между валовой прибылью и суммой коммерческих и управленческих расходов, характеризует абсолютную экономическую эффективность основной деятельности предприятия.

Прибыль (убыток) до налогообложения – это финансовый результат от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности отчетного периода на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций. Ее называют еще бухгалтерской, балансовой или общей прибылью, которая определяется также разницей между совокупным доходом и явными издержками. Она используется для оценки эффективности деятельности, определение общей рентабельности, а также для целей налогообложения

прибыли.

Налогооблагаемая прибыль (убыток) – представляет собой разницу между прибылью до налогообложения и суммой доходов, полученных по ценным бумагам, от долевого участия в совместных предприятиях, рентных платежей, а также суммой льгот по налогу на прибыль в соответствии с действующим налоговым законодательством. При этом налогооблагаемая прибыль умножается на ставку налога на прибыль, установленную в соответствии с налоговым законодательством и действующую в отчетном периоде.

Все это должно быть отражено в учетной политике, поэтому бухгалтер должен выбрать и предложить руководителю вариант учетной политики, который обеспечит реализацию финансовой стратегии предприятия [4, с.232].

Чистая прибыль отчетного года определяется как разность прибыли до налогообложения, уменьшенная на сумму текущего налога на прибыль и отложенных налоговых обязательств и увеличенная на сумму отложенных налоговых активов. Чистая прибыль – это часть балансовой прибыли предприятия, которая остается в его распоряжении после уплаты налогов, сборов, отчислений, обязательных платежей в бюджет. Из чистой прибыли выплачиваются вознаграждения социального характера, финансируются производственные программы, формируются фонды и резервы. Чистая прибыль отражает финансовые результаты деятельности компании. На ее основе формируются различные рейтинги и расчеты финансовых аналитиков, от ее величины зависят курс акций компании и величина дивидендов, выплачиваемых по обыкновенным и привилегированным акциям.

Прибыль от обычной хозяйственной деятельности – сумма прибылей от основной хозяйственной деятельности и прибылей от финансовой деятельности.

Прибыль от финансовой деятельности – сальдо доходов и расходов по финансовой деятельности. Этот показатель необходим, для того чтобы определить прибыль от производственно-хозяйственной деятельности предприятия от таких источников прибыли, как получение процентов и дивидендов предприятием.

Капитализированная (реинвестированная) прибыль – часть нераспределенной прибыли, которая направляется на финансирование прироста активов. Модель формирования финансовых результатов является единой для всех предприятий независимо от организационно-правовой формы хозяйствования и формы собственности представлена на рисунке 1 [7, с.152].

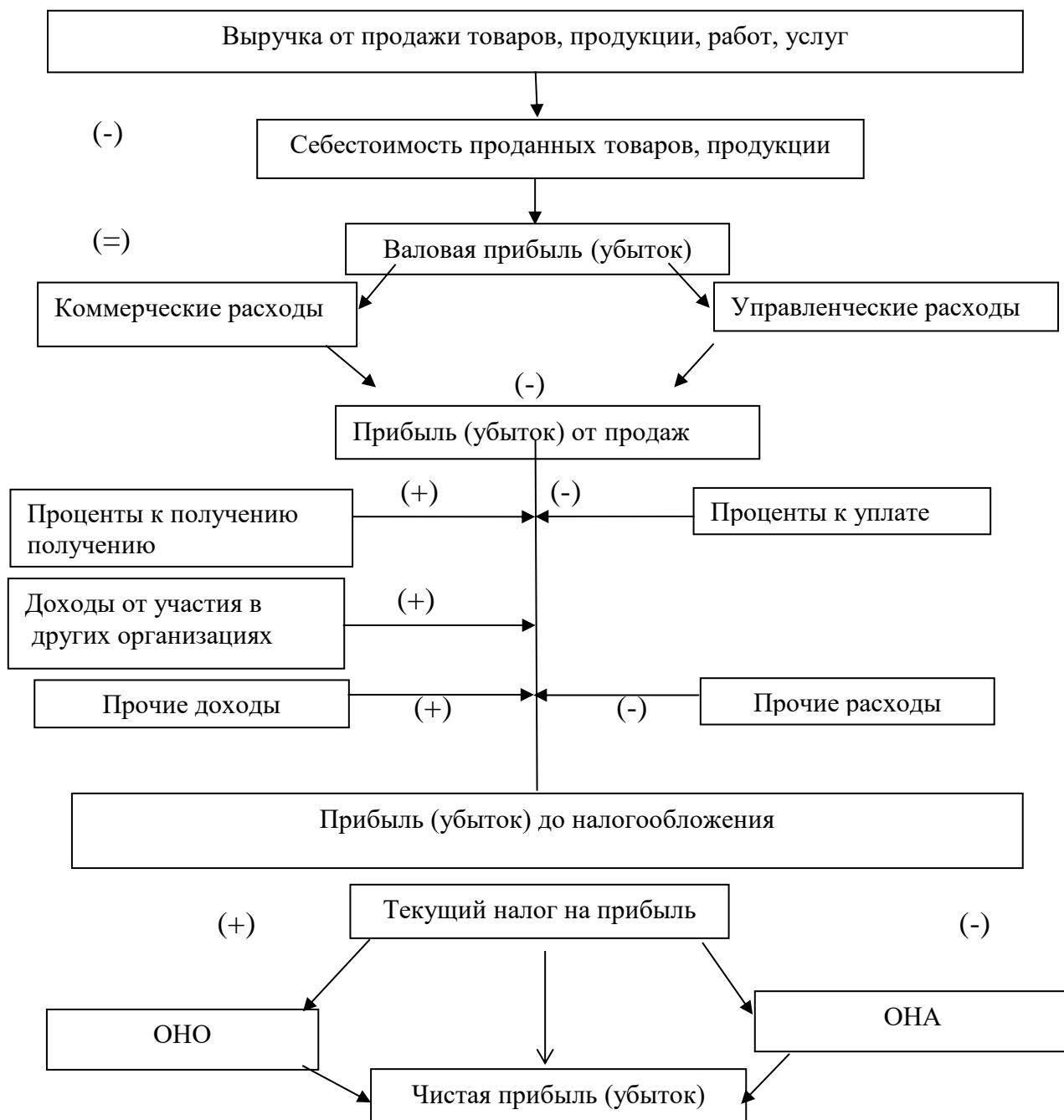


Рисунок 1 – Модель формирования финансовых результатов деятельности предприятия

Кроме рассмотренных видов прибыли, закрепленных в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках», широко используются другие разнообразные показатели, которые характеризуют различные стороны и направления финансово-хозяйственной деятельности. Остановимся на характеристике отдельных ее показателей. Классификация видов прибыли приведена на рисунке 2.

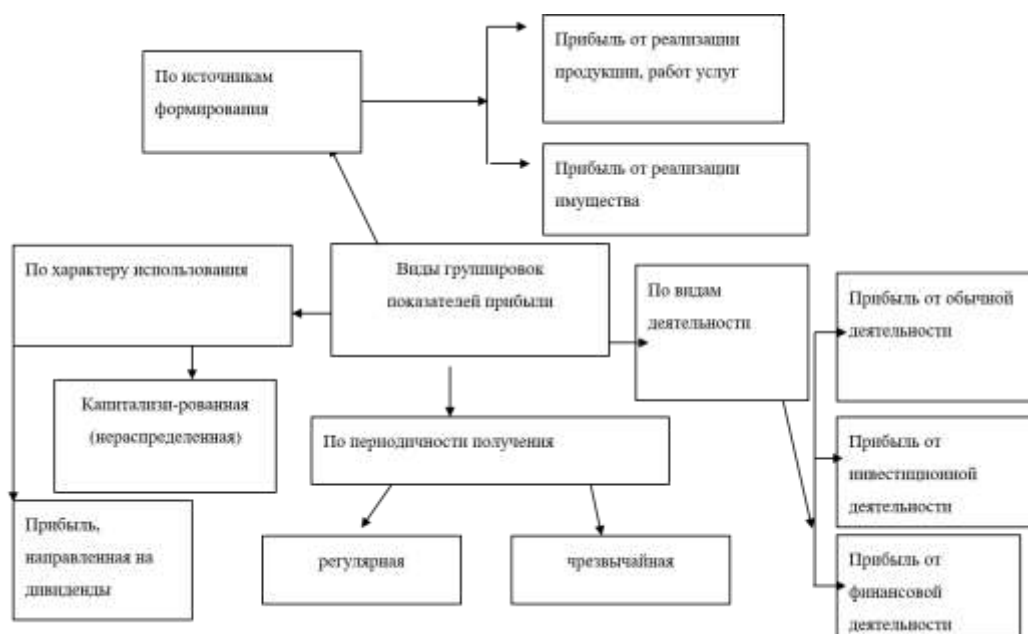


Рисунок 2 – Виды группировок показателей прибыли

Использование этих группировок позволяет более детально проанализировать показатели прибыли и определить насколько существующая ситуация позволяет обеспечить решение текущих и перспективных задач предприятия направленная на достижение максимальной прибыли соответствующим ресурсам организации и рыночной конъюнктуры, оптимальной пропорциональности между уровнем формирующей прибыли и допустимым уровнем риска.

Величина прибыли складывается под воздействием многих внешних и внутренних факторов и отражает практически все стороны деятельности хозяйствующего субъекта. Внешние не зависят, как правило от организации.

К ним относятся:

- общеэкономические: девальвация рубля, повышение цен на продукцию, потребляемое сырье, изменение тарифов на услуги и перевозки, изменение налогового законодательства, уровень ввода капитальных вложений.

- экологические: природные условия, морские, железнодорожные и авиационные катастрофы.

- организационные: нарушения поставщиками, снабженческо-сбытовыми, финансовыми, банковскими и другими организациями дисциплины по хозяйственным вопросам, затрагивающие интересы организации.

- рыночные: неразвитость рыночной среды существования и рыночных инфраструктур, экспансия.

Внутренние факторы, которые зависят от организации и могут ими контролироваться. Это факторы, характеризующие результаты деятельности и обусловленные нарушением хозяйственной дисциплины организации. К ним относятся:

– производственные: всевозможные поломки машин, механизмов, транспортных средств; выход из строя систем энерго-водоснабжения, дорогого и других коммуникаций; низкое качество материалов, деталей.

– технологические: устранение брака, переделка недоброкачественно выполненных строительно-монтажных работ вследствие допущенных нарушений в технологии; появление непредвиденных работ.

– социальные: текучесть кадров из-за недостаточного уровня зарплаты, снижения ритмичности строительства, увеличение аварий вследствие низкой квалификации кадров, невыход работников, невыполнение производственного задания при полном обеспечении работ; умышленная порча материалов.

– экономические: изменение условий перемещения материальных, финансовых и трудовых ресурсов между субъектами организации;

– организационные: нарушение обязательств по выдаче проектно-сметной документации; по поставкам материалов, конструкций, оборудования; отсутствие рабочих требуемой специальности и квалификации [6, с. 214].

Таким образом, прибыль является стандартом успешной работы предприятия. Рост прибыли создает финансовую базу для экономического развития предприятия, решения проблем социального и материального поощрения персонала. За счет прибыли формируются доходы бюджета, погашаются долговые обязательства предприятия перед кредиторами и инвесторами. Таким образом, показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки результативности и деловых качеств предприятия, степени его надежности и финансового благополучия.

Использованные источники:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 2 №117 – ФЗ от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (НК РФ) [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) // Консультант Плюс: – [М., 2014] – Режим доступа: <http://www.consultant.Ru/popular/nalog>
2. Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» № 9/99 (УТВ. Приказом Минфина РФ от 06 мая 1999г. №33н) [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) // Консультант Плюс: – [М., 2014] – Режим доступа: <http://base/consultant.Ru/cons/cgi/online.cgreg=doc;base=10459>
3. Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» № 10/99 (УТВ. Приказом Минфина РФ от 06 мая 1999г. №33н) 119н [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) // Консультант Плюс: [М., 2014] – Режим доступа: <http://base/consultant.ru/cons/cgi/online.cgireg=doc;base=10459>
4. Абрютин М.С. Анализ финансово – экономической деятельности предприятия: учеб – практ. Пособие / М, С. Абрютин, А. В. Грачев. – 4-е изд. испр. – М.: Дело и сервис, 2012 – 256 с.
5. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятий: Учебник / Под ред. проф. В. Я. Позднякова. – М.: ИНФРА –

М, 2013. – 617 с.

6. Васильева А.С, М.В. Петровская. Финансовый анализ: учебник / Л.С. Васильева, МВП. – 2-е изд., – М.: КНОРУС, 2013. – 816 с.

7. Дыбаль С.В. Финансовый анализ: теория и практика: учеб. пособие изд. 3-е доп. и перераб. учебник / С.В. Дыбаль. – СПб.: Бизнес – пресса 2013. – 336 с.

Сырямина Н.
студент 3 курса
экономический факультет
«Мордовский государственный
университет имени Н. П. Огарева»
Россия, г. Саранск

ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА ФИНАНСОВОЙ ИНЖЕНЕРИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

В данной статье нами были рассмотрены программные средства для решения задач финансовой инженерии на различных платформах, а также веб-приложения. Дается их классификация, формулируются ключевые признаки, позволяющие сопоставить и сравнить эффективность данных программ. На основе определенных признаков произведено ранжирование приложений, выявлены и обоснованы характерные черты свойственные отдельным группам. В результате проведенного исследования нами предлагается использование конкретных программ под различные платформы для решения задач финансовой инженерии во время учебного процесса.

Финансовая инженерия, программные средства, образовательный процесс, программные калькуляторы, usability, электронные таблицы

SOFTWARE OF FINANCIAL ENGINEERING IN THE EDUCATIONAL PROCESS

In this article we examined software tools for solving problems of financial engineering on different platforms, as well as web applications. We give a classification, formulated key features that allow to compare and compare the effectiveness of these programs. On the basis of certain characteristics made the ranking of applications are identified and justified the characteristics peculiar to certain groups. As a result of the study, we propose the use of specific programs for various platforms to meet the challenges of financial engineering in the learning process.

Financial engineering, software, educational process, software calculators, of usability, spreadsheets

Активные процессы глобализации, повышение изменчивости цен на товарном и финансовом рынках, усиление конкуренции в промышленном и

финансовом секторах экономики, реализация социальных программ, связанных с пенсионным, медицинским обеспечением населения, массовые ипотечные программы, создающие потребности в рефинансировании долгосрочных займов банковской системой, – все эти факторы создали условия для существенного прогресса в области не только финансовой теории, но и в прикладных финансах. Этот прогресс выразился в появлении новой прикладной дисциплины – «Финансовая инженерия», которая, объединяя новейшие достижения в области финансовой теории и практический опыт работы многих специалистов на финансовых рынках, предлагает технологии создания новых финансовых инструментов [4, с. 23].

Финансовая инженерия как обособленная дисциплина сформировалась в середине 1980-х гг., хотя первые финансовые инновации стали появляться значительно раньше. Основоположниками этой новой дисциплины являются известные экономисты Дж. М. Финнерти, Дж. Маршалл, В. Бансал, Дж. Ван Хорн, Л. Галиц и многие другие американские финансисты, которые объединились впоследствии в профессиональную организацию «Американская ассоциация финансовых инженеров» [1, с. 45].

Сегодня «Финансовая инженерия» как учебная дисциплина преподается в большинстве не только зарубежных, но и отечественных вузов. Цель дисциплины – подготовить специалиста, обладающего знаниями в области конструирования сложных финансовых продуктов для управления рисками, ликвидностью и доходностью, создания новых финансовых инструментов и практических навыков по их применению при принятии финансовых решений [2; 7 с. 230]. Одной из компетенций, необходимых к формированию у обучающегося в результате освоения дисциплины, должно стать умение использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования (ПК-20).

Процесс преподавания дисциплины «Финансовая инженерия» подразумевает решение множества прикладных задач, связанных с различными финансовыми продуктами. Данные задачи характеризуются высокой степенью трудоемкости, и как следствие, их ручной подсчет отнимает много времени у обучающихся. Поэтому неотъемлемой составляющей учебного процесса является использование различных программных продуктов, имеющих встроенные финансовые функции.

Проблема программного обеспечения дисциплины «Финансовая инженерия» практически не рассматривалась в отечественной практике. Данный факт можно объяснить сравнительно недавним появлением в рабочих программах вузов Российской Федерации данной дисциплины, а также наличием базовых программных продуктов, таких как электронная таблица Microsoft Excel, которая де-факто является лидером при решении финансовых задач в высших учебных заведениях. Однако современные тенденции привели к массовому использованию различных мобильных и

web-приложений, способных составить достойную конкуренцию MS Excel, упростив и ускорив вычислительный процесс задач финансовой инженерии [8, с. 126].

В настоящее время рынок программного обеспечения характеризуется значительным разнообразием программ, в том числе решающих задачи финансовой инженерии. Однако каждая из них имеет различные характерные особенности и стоимость, что диктует необходимость поиска наиболее оптимального варианта для использования. Еще одной особенностью современного рынка программного обеспечения является множество различных платформ, а также наличие программ с онлайн доступом.

В этих условиях, целью данной статьи является определить оптимальные приложения для решения задач финансовой инженерии на различных платформах в рамках учебного процесса. Для достижения поставленной цели, нами были решены следующие задачи:

- рассмотрен рынок компьютерных, мобильных и онлайн приложений для решения задач финансовой инженерии;
- проведен сравнительный анализ цен, возможностей и особенностей различных программ;
- выбраны наиболее оптимальные приложения для работы с задачами финансовой инженерии на различных устройствах.

Первоочередная классификация многообразия финансовых приложений заключается в их разделении на приложения корпоративного и индивидуального использования. Характерными особенностями первых являются – дороговизна, индивидуальность, высокая степень взаимодействия с другими корпоративными приложениями.

Объектом нашего исследования является вторая группа. Индивидуальные приложения для решения финансовых задач представлены в специализированных (под конкретную операционную систему и тип устройства) интернет-магазинах. Данные программные продукты подразделяются на два класса: электронные калькуляторы и электронные таблицы.

Электронные калькуляторы являются специализированными программными приложениями, предназначенными для произведения вычислений.

Электронная таблица – компьютерная программа, позволяющая проводить вычисления с данными, представленными в виде двумерных массивов, имитирующих бумажные таблицы [2, с. 2].

Преимущество калькулятора – относительная простота ввода данных в уже размеченные поля, более удобный выбор финансовых функций, однако у них есть и ряд недостатков: невозможность выхода за рамки встроенных функций, отсутствие возможности работы с массивами данных. Электронные таблицы в свою очередь имеют прямо противоположные

достоинства и недостатки. В большинстве случаев, на практике, выбор того или иного типа будет зависеть от конкретного устройства. На персональных компьютерах (ПК) предпочтение отдается таблицам, на мобильных устройствах более удобны в применении электронные калькуляторы. Кроме того, как электронные таблицы, так и калькуляторы представлены в виде web-приложений, единственным препятствием для использования которых может стать отсутствие доступа к интернету.

Нами были рассмотрены мобильные приложения для таких платформ как: iOS, Android, Windows; приложения для ПК для платформах Windows, Linux, Mac OS, а также web-приложения.

Для определения наиболее оптимального приложения необходимо выявить ключевые признаки, значения которых и повлияют на дальнейшие заключения и рекомендации. Нами были выбраны такие признаки как цена, функциональность и юзабилити.

Под функциональностью в данном случае будем понимать множество заложенных в приложении финансовых функций и возможности расчета тех или иных показателей множества финансовых продуктов.

Удобство использования, юзабилити (англ. usability – дословно «возможность использования», «способность быть использованным», «полезность») – понятие в микроэргономике, эргономическая характеристика степени удобства предмета для применения пользователями при достижении определённых целей в некотором контексте [5, с. 1]. Термин имеет связь с понятием «эргономичность», но в отличие от последнего меньше ассоциируется с технической эстетикой, с внешним видом и более привязан к утилитарности используемого объекта.

Для определение оптимального программного продукта под каждую платформу нами были проранжированны все приложения по вышеопределённым признакам, которым были назначены следующие веса значимости: удобство использования – 0,4; функциональность – 0,4; цена – 0,2. При сравнении юзабилити и функциональность имеют одинаково высокую значимость, в свою очередь цена получила невысокий балл, так как цены на программные продукты индивидуального пользования не велики, а часто и вовсе отсутствуют (или условно бесплатные). Ранги (баллы) проставлены нами самостоятельно, после тщательного тестирования каждого приложения. Определение интегральной оценки произвели по формуле:

$$\text{Интегральная оценка} = \sum \text{Балл} \times \text{Вес}$$

Результаты ранжирования рынка приложений для решения задач финансовой инженерии представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Ранжирование приложений для решения задач финансовой инженерии на различных устройствах

Платформа	ОС	Приложение	Балл за удобство	Балл за функциональность	Балл за цену	Интегральная оценка
Мобильные средства	iOS	Калькулятор сложных процентов powered by MarkMoney	5	4	4	4,4
		Финансовый калькулятор Про: Lite	4	4	5	4,2
		Кредит Калькулятор +	5	3	3	3,8
		Кредит Онлайн	4	3	5	3,8
		Microsoft Excel	3	4	4	3,6
		Процент 4 кредитный и депозитный калькулятор	4	3	4	3,6
		Кредитный калькулятор: потребительский, ипотека, автокредит, вклад	3	2	5	3
	Android	Кредитный калькулятор	5	4	5	4,6
		Финансовый Калькулятор	4	4	5	4,2
		HD 12, Финансовый калькулятор	4	4	5	4,2
		Процентный Калькулятор	5	3	4	4
		Microsoft Excel для планшетов	2	4	5	3,4
	Windows	Кредитный калькулятор (OES Applications)	5	4	5	4,6
		AppPhoneCalc-Cr	4	5	3	4,2
		Calc Pro	4	4	5	4,2

		Кредитный калькулятор (Viacheslav Smitiukh)	4	3	5	3,8
		Microsoft Excel	2	4	4	3,2
ПК	Windows	Financial Calculator Pro	5	4	4	4,4
		CreDe	5	4	3	4,2
		Deposit calculator mini	3	4	5	3,8
	Linux	Расчёт кредита	4	3	4	3,6
		LibreOffice Calc (Ubuntu)	5	5	5	5
		Gcalctool	4	5	4	4,4
Mac OS	Office 2016	4	5	5	4,6	
Web-приложения		http://financial-analysis.ru/calculator/javFKFuturePostAnnuity.html	5	5	5	5
		http://www.tbcredit.ru/calc.html	5	4	5	4,6
		http://fincalculator.ru/	5	4	5	4,6
		http://calculator-credit.ru/	4	4	5	4,2
		http://planetcalc.ru/194/	3	5	5	4,2

Позитивным моментом является то, что большинство из представленных программ являются бесплатными или условно бесплатными – 65% (100% из группы онлайн приложений). Что касается признаков функциональности и юзабилити, то большинство программ не имеют максимальный балл сразу по двум критериям.

Большинство калькуляторов ориентированно на потребителей кредитов и вкладчиков, а не на студентов вузов, поэтому основная часть из представленных приложений поддерживают простые и сложные кредиты, однако другие финансовые продукты (акции, облигации, свопы) в них рассчитать невозможно. Вместо это они предлагают расчёт ипотеки, автокредита и т.д.

Что касается табличных программ, то они присутствуют на всех платформах, и даже в виде веб-приложений, однако их комфортное использование возможно только на ПК, так как у других устройств небольшой размер экрана и отсутствие манипуляторов.

Еще один факт – преобладание калькуляторов над табличными программами, что можно объяснить относительной простотой разработки

первых. Кроме того, несмотря на наличие финансовые функции, табличные приложения не являются специализированными финансовыми программами, а лишь включают в себя возможность расчета задач финансовой инженерии.

По результатам проведенного исследования мы можем рекомендовать к использованию на ПК приложение MS Excel. На сегодняшний день достойных альтернатив данной программе мало. Прежде всего в виду широкого распространения данного продукта как в университетах, так и на личных компьютерах учащихся. Еще одним преимуществом данной программы является большой набор финансовых функций и возможность обработки больших массивов данных.

Однако для смартфонов использование данного приложения не будет оптимальным вариантом, в виду небольшого размера экрана. Поэтому нами рекомендуется использование программ X и/или Y. Данные программы, на наш взгляд, показывают лучшее сочетание функциональности и юзабилити, при умеренной цене. В целом, можно отметить, что рынок мобильных финансовых приложений предлагает довольно большое количество программ, но их основными недостатками являются неудобство использования и несогласованность с задачами курса финансовая инженерия.

Хорошей альтернативой приложениям на различных платформах, служат кроссплатформенные онлайн приложения, требующие только наличия доступа в интернет. Данные приложения в большей степени отражают специфику задач финансовой инженерии, а также не требуют платы за использование. По результатам ранжирования нами рекомендуется применение онлайн-калькулятора на сайте

Дальнейшая перспектива работы в данном направлении нами видится в проектирование удобного в использование и полнофункционального приложения, направленного на решение типовых задач, преподаваемых в рамках курса финансовая инженерия.

Использованные источники:

1. Маршалл Дж.Ф., Бансал В.К. Финансовая инженерия: полное руководство по финансовым нововведениям/Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 1998. с. 33.
2. Зинина Л.И., Петрова Е.С. Проблемы развития нового образовательного направления «Бизнес-информатика» / Интеграция образования. №4 (69). 2012. С. 31 – 36.
3. Encyclopædia Britannica [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/668782/spreadsheet>
4. Корпоративные финансы: Учебник для вузов/Под ред. М.В. Романовского, А.И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 592 с.
5. Влад В. Головач. Дизайн пользовательского интерфейса 2. Искусство мыть слона. — 2009. – 94 с.
6. Лукашин Ю.П. Финансовая математика: Учебно-методический комплекс /

М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 200 с.

7. Брусов П.Н. Финансовая математика: учебное пособие / П.Н. Брусов. П.П. Брусов. И.П. Орехова. С.В. Скородулина. - 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 224 с.

*Сырямина Н.
студент 3 курса
экономический факультет
«Мордовский государственный
университет имени Н. П. Огарева»
Россия, г. Саранск*

АРХИТЕКТУРНЫЙ ПОДХОД К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В данной статье мною была рассмотрена и проанализирована концепция архитектуры предприятия. На основе методики формирования архитектуры TOGAF была построена архитектура ОАО «Саранский Хлебокомбинат», а также определены узкие места текущей архитектуры и предложена модель «как должно быть».

Архитектура предприятия, TOGAF, ADM, архитектура данных, ЛВС

THE ARCHITECTURAL APPROACH TO THE ENTERPRISE AS A TOOL FOR IMPROVING

In this article, I have reviewed and analyzed the concept of enterprise architecture. On the basis of a formation architecture technique TOGAF was built architecture of «Saransk Bakery», also identified «bottlenecks» of current architecture and the model of «how it should be».

Enterprise Architecture, TOGAF, ADM, data architecture, LAN

В ходе своего развития информационные технологии (ИТ) заняли прочное место в управлении любым предприятием. Сегодня невозможно достичь эффективности бизнеса без применения ИТ-инструментов, обеспечивающих автоматизацию различных сложных операций. В то же время новые возможности порождают и новые проблемы, значительная часть которых связана с трудностью разработки системы управления разнородной инфраструктурой. Сложность решения данной задачи связана с двумя аспектами. Во-первых, на предприятиях, как правило, функционирует несколько информационных систем, созданных и внедренных в разное время различными производителями. Во-вторых, жизненный цикл продуктов и ритм постоянных изменений, происходящих на рынке и вызывающих необходимость адаптации структуры предприятий, становится все более коротким [2].

Одним из эффективных инструментов осуществления организационных изменений с использованием ИТ в компаниях различных

отраслей, способным обеспечить непрерывность бизнеса, стала архитектура предприятия. Существует несколько различных определений понятия «архитектура предприятия», в данной статье будем использовать определение данное в работе отечественных авторов Краснова С. В. И Диязитдиновой А. Р.: архитектура предприятия – это всестороннее описание (модель) всех ее ключевых элементов и связей между ними (включая бизнес-процессы, технологии и информационные системы), а также процесс поддержки изменения бизнес-процессов предприятия со стороны информационных технологий [1].

Ключевой целью данной статьи является рассмотрение деятельности организации с использованием архитектурного подхода с целью выявления узких мест (модель «As is») и разработки комплекса взаимосвязанных мероприятий по их преодолению (модель «To be»). Апробация результатов исследования данной статьи проводилась на среднем промышленном предприятии города Саранска – ОАО «Саранский хлебозавод».

В настоящее время есть несколько различных методик формирования архитектуры предприятия [1]. В данной работе будет использоваться модель TOGAF, как наиболее простую в освоение и применение на большинстве средних отечественных промышленных предприятий. TOGAF – это аббревиатура от The Open Group Architecture Framework. Методология TOGAF принадлежит консорциуму The Open Group [3]. В модели TOGAF архитектура предприятия подразделяется на четыре категории:

- архитектура бизнеса — описание процессов, используемых для достижения бизнес-целей компании;
- архитектура приложений — описание структуру конкретных приложений (компьютерных программ) и их взаимодействий друг с другом;
- архитектура данных — описание структуры корпоративных хранилищ данных (в том числе баз данных) и процедур доступа к ним;
- технологическая архитектура – описание инфраструктуры оборудования и программного обеспечения, в которой запускаются и взаимодействуют программные продукты.

Многие отечественные авторы, также добавляют некоторые уровни, наиболее часто верхний уровень – стратегический аспект, представляющий из себя миссию, цели и стратегию фирмы.

TOGAF позиционируется ее авторами не как некоторая эталонная модель, а как «средство для разработки архитектур информационных систем». Основное назначение – ускорить и облегчить процесс разработки архитектуры конкретной организации, обеспечивая при этом возможность будущего развития. В состав модели TOGAF входят две ключевые компоненты – методика ADM (Architecture Development Method), определяющая процесс разработки архитектуры, и Базовая Архитектура (Foundation Architecture). Модель дополняется базой данных ресурсов, включающей описания архитектурных принципов, примеров реализации, а

также специализированный язык ADML.

Построение модели Архитектуры ОАО «Саранский Хлебокомбинат» выполним согласно основным этапам ADM [2]. Верхний уровень базовой архитектуры представлен на рисунке 1.

Так, миссией ОАО «Саранский Хлебокомбинат» является осуществление хозяйственной деятельности в целях максимального удовлетворения потребностей населения Республики Мордовия в хлебе и хлебобулочных изделий. Основная цель предприятия – получение прибыли и расширение деятельности.

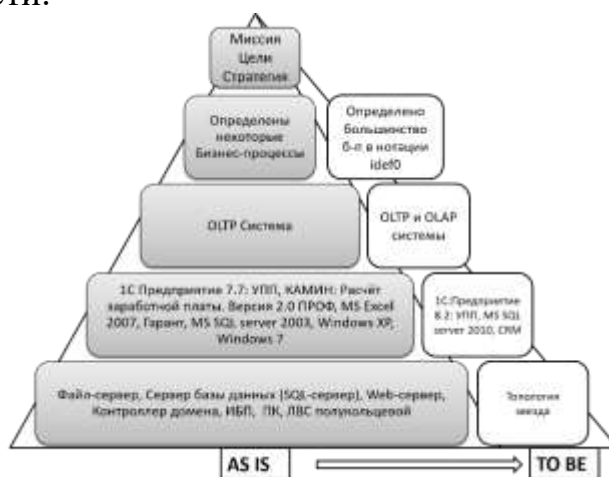


Рисунок 1 – Верхний уровень архитектуры ОАО «Саранский Хлебокомбинат» по модели TOGAF

Стратегия предприятия заключается в росте и развитие предприятия в долгосрочной перспективе. Основной стратегической целью является достижение экономической и финансовой устойчивости деятельности. Основные тактические цели предприятия, следующие:

- Увеличение продукции на общероссийском рынке;
- Обновление производственных мощностей;
- Повышение рентабельности предприятия.

Отметим, что данный уровень не нуждается в значительном улучшении, так как все описанные сущности задокументированы, по ним ведется своевременный мониторинг и они отвечают принципу SMART.

Исходя из поставленных целей, на предприятие определен некоторый перечень ключевых процессов в виде произвольной модели. Отметим, что полная процессная модель предприятия, выполненная по единой, унифицированной методологии, является более желанной для комплексного рассмотрения деятельности. В качестве подобной методологии мною предлагается использование нотации *idef0*, как наиболее доступного инструмента проектирование бизнес-процессов.

Часть операционных бизнес процессов (бухгалтерского учета, сбыт, планирование и др.) автоматизировано, следовательно, на предприятие существует база данных, отражающая объекты реального мира в виде

сущностей и их взаимосвязей. Предприятие использует реляционную базу данных (БД) интегрированную в систему 1С: Предприятие. БД предприятия, относится к классу OLTP технологий, предназначенных для транзакционной обработки (в режиме реального времени) и плохо адаптированы для глубокого, многомерного анализа данных, необходимого для осуществления бизнес процессов стратегического планирования. Таким образом стратегический аспект оказывается неохваченным и неучтённым в виде сущностей БД, поэтому мною предлагается использование технологий OLAP – многомерного анализа данных на основе Хранилищ данных. Наиболее доступной по цене и сложности освоения являются решения компании Microsoft [4].

Еще одним уровнем архитектуры, нуждающимся в совершенствовании, является уровень прикладных программ. Текущий портфель программных продуктов предприятия в разрезе автоматизации функциональных отделов представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Программные продукты, модель «Как есть»

Кадры	Цеха	Бух Учет	Плановый	Сбыт	Маркетинг	Юрист
MS Office 2007						
1С Предприятие 7.7: Хлебобулочное производство						
						Гарант
1С Предприятие 7.7: Камин						

Ключевыми недостатками текущего уровня автоматизации является использование морально устаревших версий программного обеспечения и как следствие, а также отсутствие систем класса АСУ ТП и CRM. Перечисленные проблемы непосредственно сказываются на производительности труда, однако в данной статье конкретные расчеты не применялись, по причине их высокой трудоемкости, однако такой значимый показатель как процент простоя оборудования находится на довольно высоком уровне – 35% (таблица 2).

Предприятию следует задуматься о внедрения вышперечисленных классов технологий. По предварительной экспертной оценки старшим системным администратором ОАО «Саранский Хлебокомбинат» в результате предложенных мероприятий время простоя сократиться на 56% до 19%. Конкретные решения АСУ ТП и CRM являются поводом для глубокого исследования и будут рассмотрены в последующих работах.

Таблица 2 – Программные продукты, модель «Как должно быть»

Кадры	Цеха	Бух Учет	Плановый	Сбыт	Маркетинг	Юрист
MS Office 365 (облачная версия)						
1С Предприятие 8.2: Хлебобулочное производство						

		ВРМ система	Гарант
	АСУ	CRM система	
	ТП		

Что касается аппаратного уровня то в настоящее время на предприятие развернута локальная вычислительная сеть, 4 сервера, а парк компьютеров насчитывает 78 единиц и 26 единиц оргтехники. ЛВС предприятия построена по кольцевой(полукольцевой) топологии, а в качестве метода доступа к данным используется детерминированный метод доступа Ethernet. По характеру административных взаимоотношений между ЭВМ локальная сеть является многоуровневой. Существенным недостатком данной структуры является полукольцевая топология. Во время обрыва кабеля между информационным отделом (ИТ отдел) и 2 заводом происходит блокирование доступа к интернету и базе данных завода номер 3. Для непрерывного выполнения бизнес-процессов организации следует провести еще один кабель от ИТ отдела, тем самым создав топологию типа звезда (рисунок 2).

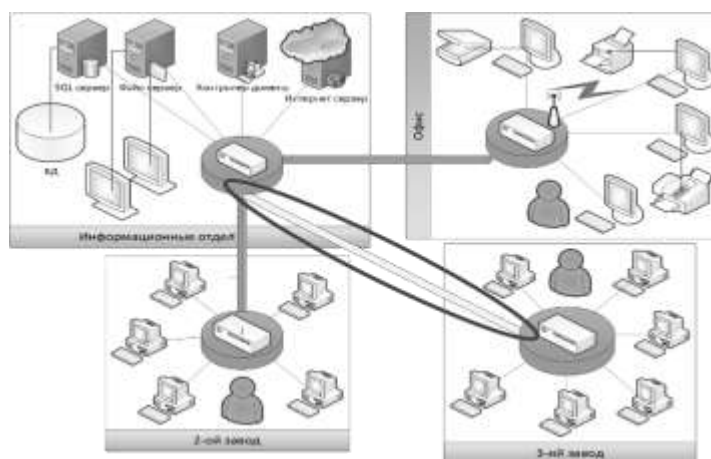


Рисунок 2 – Топология звезда, модель «Как должно быть»

Подводя итог отметим, что построение модели архитектуры ОАО «Саранский Хлебокомбинат» позволило выявить широкий перечень проблем, определить их взаимосвязь на различных уровнях модели, а также предложить конкретные мероприятия по комплексному совершенствованию предприятия.

Использованные источники:

1.Краснов С. В., Диязитдинова А. Р. Концепция системы поддержки архитектуры предприятия // Вестник ВУиТ. 2012. №2[19]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-sistemy-podderzhki-arhitektury-predpriyatiya>

2.Интернет портала «Intuit» - Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/995/152/lecture/4236?page=7>

3.Официальный сайт консорциума TheOpenGroup - Режим доступа:
<http://www.opengroup.org/>

4.Официальный сайт корпорации «Microsoft» - Режим доступа:
[https://msdn.microsoft.com/ru-ru/library/bb522625\(v=sql.120\).aspx](https://msdn.microsoft.com/ru-ru/library/bb522625(v=sql.120).aspx)

Тавабиллова Г.И.
магистр
ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»
Россия, г. Уфа

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ

Карьера - чудесная вещь, но она никого не может согреть в холодную ночь.

Мэрилин Монро

***Аннотация:** В статье рассматриваются особенности профессиональной самореализации женщин, конкурентные качества женщин в процессе становления карьеры. По-мнению автора, семья и карьера не просто несовместимы, но это совмещение очень полезно.*

***Ключевые слова:** профессиональная деятельность, карьера, семья, самореализация, дискриминация женщин.*

Профессиональная деятельность – это одна из сфер самореализации личности, когда человек имеет возможность раскрыть и проявить свои способности, личностные и профессиональные качества, добиться признания своей неповторимости, значимости для других людей и для общества в целом [1, 118].

В настоящее время вопрос о профессиональной карьере женщин в семье очень актуален, так как перед многими современными девушками и женщинами стоит выбор: семья или карьера? В России все больше становится видимой и значимой разница между работающими женщинами и женщинами, занимающимися только домашним хозяйством. Хотя, сейчас достаточно тяжело встретить женщину, которая занимается только созданием домашнего уюта.

Семья или карьера? Этот вопрос является краеугольным для большинства людей. Кого-то этот выбор мучает всю жизнь, лишая психологического комфорта и семейного счастья, а некоторым все же удается прийти к гармонии. По наблюдениям социологов, неженатых и незамужних карьеристов в два раза больше, чем семейных. Причем, среди деловых людей, лишенных семейного счастья, почти 70% женщин.

Современные реалии складываются таким образом, что женщина в обществе нередко стоит перед выбором: семья или карьера. Часто женщины работают потому, что им нужны деньги. Однако, как показывают

социологические исследования, многие женщины, работающие из-за экономической необходимости, не бросили бы ее, даже если вдруг перестали бы нуждаться в деньгах. Как пишет Дойл, «деньги имеют не только материальную ценность, они дают их владельцу вес в обществе и чувство собственного достоинства». Женщины открыли истину, которую мужчины знают уже давно: наше общество оценивает человека и его дела по тому, сколько он зарабатывает» (Doyle, 1983). Другими словами, многие женщины хотят работать (или можно сказать, что им это нужно). К тому же статистические данные свидетельствуют о том, что в нашей стране женщин с высшим и средним специальным образованием гораздо больше, чем мужчин, а это значит, что, жены в среднем образованнее своих мужей. И, конечно, женщина получает высшее образование вовсе не для того, чтобы в последствие стать дипломированной домохозяйкой, она должна работать, дабы реализовать свои способности и возможности [2, 34-35].

Рассматривая карьеру в жизни женщины, мы должны отметить сложность и многогранность данной проблемы. Прежде всего это касается того значения, которое имеет карьера женщины.

Говоря о карьере как о достижении определенного социального статуса личности, мы можем обнаружить, что высокий социальный статус для женщины в любой стране мира, а не только в России, мало или вообще недоступен. А это значит, что женщина не является полноценным и полноправным членом общества. Чаще всего женщине отказывают или препятствуют в реализации выбора сферы профессиональной деятельности и профессиональной карьеры как главной жизненной стратегии. Высокие ступени карьеры не для неё.

В России женщины, составляющие 55% всего числа работников, как правило, дискомфортно чувствуют себя в профессиональной сфере из-за сильной конкуренции мужчин, стремящихся занять наиболее выгодные рабочие места. Так, составляя 28% от общего числа кандидатов наук, 13% докторов наук, 60% специалистов с высшим и средним специальным образованием, только 7% женщин занимают руководящие, как правило, низовые, должности. Преобладающими сферами профессиональной деятельности женщин являются экономика, здравоохранение, образование, которые обычно малооплачиваемы. Дискриминация женщин при приёме на работу и их продвижении по ступеням карьеры, отсутствие у них необходимых для конкурентной борьбы с мужчинами, в профессиональной деятельности качеств – индивидуализма, состязательности, владения стратегией и маневром карьеры – неизменно воспроизводят неравенство полов в общественном разделении труда [3, 59].

В последние годы наблюдается изменение отношения к карьерному росту женщины. Несмотря на то, что женщинам всё так же сложно соперничать с мужчинами в продвижении по карьерной лестнице, однако всё больше женщин стремятся сочетать роль жены, матери и домашней хозяйки

с ролью деловой женщины. Как и мужчина, женщина вправе делать самостоятельный выбор, чему посвятить жизнь, заводить ли семью или же стать успешной бизнесвумен.

Это золотая середина – наиболее благоприятное и гармоничное состояние. Заниматься собственным развитием, расти как профессионал и хорошо зарабатывать, являясь при этом заботливой мамой и любящей женой – вот, то положение, которое позволяет женщине состояться во всех сферах.

Семья помогает женщине рассудительно смотреть на многие вещи, спокойно принимать нужное решение и делать верный выбор в делах. А карьера помогает женщине ощутить личностный и профессиональный рост, стабильность и целостность. Так что, семья и карьера не просто несовместимы, но это совмещение очень полезно! [4, 114].

А уже, по какому принципу устраивать семейную жизнь – решать индивидуально каждой женщине! Не оглядывайтесь на общественное мнение.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Проблема моббинга и профессиональная карьера // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Материалы Международной научно-практической конференции, ТОМ 1, в 2-х томах. Курск, 2011. С.118 – 119.
2. Игебаева Ф.А. Профессиональная карьера женщин на фоне «гендерного неравенства» // Современные проблемы мировой науки – 2014. В сборнике: Strategiczne pytania światowej nauki - 2014 Materiały X międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. 2014. С. 34-40.
3. Чирикова А.Е. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний//Социс, 2003, №1 – С.56 – 60.
4. Бутовская М.Л. Гендер в современном мире: реалии и перспективы женщин в сфере гендерного равенства // Личность. Культура. Общество. – 2008. – Т.10, №2 (41). – С. 220 – 221.

Ташматов Х.К., к.техн.н.

доцент

кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»

Музафаров А.Р.

студент

кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»

Ташкентский государственный технический университет

Узбекистан, г. Ташкент

ОСОБЕННОСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ МАЛЫХ ГЭС КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ

*Данная статья посвящена разработке иерархической
автоматизированной системы управления малыми*

гидроэлектростанциями с целью повышение эффективности последних при работе их в энергосистеме.

Ключевые слова: автоматизация, датчик, технологический процесс, малая гидроэлектростанция, управление, контроль, измерение, надежность, эффективность.

В настоящее время и в перспективе в энергобалансе всех стран мира растет доля возобновляемых источников электроэнергии (ВИЭ). Так в странах Евросоюза рассматривается возможность доведения их доли в 2020 г. до 20%. Значительная роль здесь отводится ГЭС, в частности малым ГЭС.

Поскольку увеличивается значение малых ГЭС в энергобалансе страны, актуальным становится развитие методического, информационного и технического обеспечения эксплуатации малых ГЭС [1]. Важным в этом направлении является комплексность и методологическое единство в принятии решений относительно улучшения эксплуатационных характеристик малых ГЭС при работе их в энергосистеме. Как показывает опыт эксплуатации разных электроэнергетических объектов, в том числе электростанций, наилучшим образом это достигается с применением автоматизированных систем управления (АСУ).

Эксплуатация малых гидроэлектростанций имеет ряд особенностей по сравнению с традиционными источниками энергии [2]:

- небольшая единичная мощность ГЭС (от 100кВт до 20 мВт) и часто низкий коэффициент использования установленной мощности на протяжении суток не позволяют получать значительные поступления от реализации электроэнергии, что приводит к необходимости максимально сокращать эксплуатационные расходы;

- одному субъекту энерго -рынка может подчиняться 10 и более малых ГЭС, расположенных в разных областях и регионах страны, что, учитывая практическое отсутствие промышленных каналов связи, существенно осложняет централизацию диспетчерского управления ими;

- повышение требований энерго -рынка относительно автоматизированных систем коммерческого учета электроэнергии (АСКУЭ) в части оперативности обмена информацией между операторами и потребителями требует совершенствования средств информационного обеспечения, установленных на малых ГЭС;

- производительность малых ГЭС в значительной степени зависит от фактически непредсказуемого влияния окружающей среды, что приводит к осложнениям в процессе планирования режимов их работы;

- несогласованность норм и правил эксплуатации водных ресурсов в сочетании с человеческим фактором налагает искусственные, часто необоснованные, ограничения в задачах обеспечения эффективности работы гидроэлектростанций данного класса.

Для обеспечения эффективной эксплуатации малых ГЭС

необходимым является внедрение средств автоматизации процесса выработки электроэнергии. При этом разрабатываемые автоматизированные системы управления должны обеспечивать выполнение следующих задач:

- полная автоматизация информационного обмена между ГЭС и расчетно-диспетчерским центром (в перспективе-оператором энергорынка) для решения задач коммерческого учета электроэнергии;

- контроль состояния основного оборудования, его защита в нормальных режимах работы и обеспечение надежности работы ГЭС в целом;

- обеспечение централизованного управления основными процессами, маневренности ГЭС и максимальной эффективности использования первичной энергии на протяжении заданного периода работы;

- минимизация необходимого количества обслуживающего персонала для АСУ и станций в целом.

Структурная схема АСУ малых ГЭС

Для реализации указанных задач необходимым условием является обеспечение возможности централизованного управления объектом в реальном времени. Вместе с тем, это условие не может быть обеспечено из-за пространственной разветвленности объектов и отсутствия надежных каналов связи между ними и диспетчерским центром. Исходя из этого, АСУ с заданным перечнем функций может быть построена как централизованная система оперативного управления с децентрализацией функций реального времени за счет применения локальных (в перспективе адаптивных) систем автоматического управления (САУ).

Учитывая структурную и аппаратную сложность данной системы управления, а также требования относительно минимизации капитальных и эксплуатационных расходов, АСУ должна строиться, опираясь на результаты детального технико-экономического анализа. С учетом сказанного разработана концепция автоматизации малых ГЭС, главными принципами которой являются:

- обоснованная последовательность разработки и внедрения АСУ предусматривает очередность реализации задач автоматизированной системы управления;

- реализация трехуровневой иерархической структуры с выделением двух уровней объектов – уменьшает капитальные расходы на аппаратную и программную реализацию АСУ;

- полная автономность объектов управления (ГЭС) всех уровней нормальных (плановых) режимах их работы позволяет обеспечить управляемость объектов и выполнения ими заданных функций на протяжении определенного периода времени даже в случае отказа каналов связи с верхним иерархическим уровнем.

Автоматизация и управление малых ГЭС

На малых ГЭС предусматривается полная автоматизация всех технологических процессов.

Автоматизированная система управления технологическим процессом (АСУ ТП) малых ГЭС строится на базе программно-технических комплексов (ПТК) и является трехуровневой системой управления.

АСУ ТП малых ГЭС состоит из следующих уровней управления:

Верхний уровень:

– центральное диспетчерское управление;

Общестанционный уровень:

– система управления и мониторинга ОРУ 35кВ, КРУ 10кВ и ЩСН 0,4кВ;

– система управления оборудованием гидротехнического сооружения;

– система гидротехнических измерений;

– система управления и мониторинга вспомогательного оборудования ГЭС;

– автоматизированная информационно-измерительная система контроля и учета электроэнергии (АИИСКУЭ);

– автоматизированная система пожарно-охранной сигнализации;

– система контроля доступа;

– система видеонаблюдения.

Агрегатный уровень:

– система автоматического управления гидроагрегатами (САУ-ГА);

– система контроля и сигнализации технологических параметров гидроагрегатов;

Структурная схема АСУ ТП малых ГЭС приведена на рисунке 1.

АСУ ТП малых ГЭС осуществляет управление технологическим оборудованием в объеме, оговоренном в описаниях функций автоматизации технологических систем, при этом управление носит непосредственный, директивный характер то есть непосредственное управление технологическим оборудованием выполняется программно-техническими средствами контроллеров на местах. Для управления конкретным агрегатом отсылается в соответствующий контроллер массив информации, содержащей инструкцию о требуемом управлении. Средства АСУ ТП обеспечивают человеко-машинный интерфейс для выполнения оператором функции управления. Инициатором управления является оператор.

При возникновении внештатных ситуаций в объекте контроля или в технических средствах АСУ ТП формируется цветовая и звуковая сигнализация, подсвечивающая меню вызова видео кадров, позволяющая быстро открыть видео кадр с отображением причины, вызвавшей срабатывание сигнализации.

Диспетчерский рабочий пульт управления малых ГЭС

Диспетчерский рабочий пульт управления ГЭС, устанавливается в помещении Центрального Пульта Управления (ЦПУ) и оборудован автоматизированным рабочим местом оператора (АРМ).

АРМ представляет собой вычислительное устройство, выполненное на базе современных процессоров, с двумя дисплеями диагональю не менее 21", клавиатурой, принтером и манипулятором. АРМ позволяет одновременно контролировать различные процессы, происходящие на объекте управления.

В помещении ЦПУ устанавливается информационная панель, предназначенная для отображения всей оперативной обстановки на малых ГЭС. Информационная панель представляет собой составной широкоформатный видеоэкран с собственным контроллером управления и обеспечивает отображение всех технологических событий по каждому объекту ГЭС, в том числе предупредительных и аварийных сигналов для всех режимов.

Центральный сервер обработки данных

Центральный сервер обработки данных предназначен для сбора, обработки и хранения поступающей информации.

Сервер устанавливается в отдельном помещении рядом с ЦПУ и предназначен для решения следующих задач:

- циклический съем информации с контроллеров о состоянии технологического процесса и технических средств;
- первичная обработка считанной информации;
- подготовка информации о состоянии технологического процесса и технических средств, с бесперебойным отображением ее на АРМ;
- извлечение оперативной информации с рабочих мест и ее архивирование;
- формирование аварийной и предупредительной сигнализации;
- формирование и ведение журнала событий;
- статистическая обработка информации для выпуска отчетов и информационного обеспечения работы станции;
- ведение и сохранение архивов.

Система электрических измерений

На малых ГЭС предусмотрены следующие электрические измерения.

На выводах генераторов производятся следующие измерения:

- ток генератора в трех фазах;
- напряжение на выводах генератора;
- активная мощность генератора;
- реактивная мощность генератора;
- частота.

Токовые цепи измерений берутся от трансформаторов тока,

установленных на выводах генератора, класса точности 0.2s.

Цепи напряжения – от трансформатора напряжения на выводах генератора класса точности 1,0.

Измеряемые величины поступают в многофункциональные измерительные преобразователи РМ130 «SATEC». Преобразованные величины передаются на АРМ.

На шинах 35кВ измеряются:

- напряжение на каждой секции шин;
- частота на каждой секции шин.

В КРУ 10кВ измеряются:

- напряжение на секции шин КРУ;
- частота на секции шин КРУ.

На каждой линии 35кВ измеряются:

- ток в трех фазах;
- активная мощность;
- напряжение;
- частота;
- реактивная мощность.

Все измеряемые величины по ОРУ после преобразования передаются на центральный сервер системы АСУ ТП.

Система учета электроэнергии

Автоматизированная система коммерческого учета электроэнергии выполняется на базе счетчиков класса 0.2S, предназначенных для энергосистем и служащих для высокоточного коммерческого учета электрической энергии и мощности, а также для автоматического сбора, накопления обработки, хранения и отображения полученной информации. В состав системы входят 3 счетчика установленные в генераторных ячейках, 2 счетчика - в ячейках трансформаторов С.Н. ГЭС и 2 счетчика на отходящих линиях 35 кВ. Вся информация по одному каналу RS485 передается в систему телемеханики, по второму каналу в систему АСУ ТП малых ГЭС. АРМ Телемеханики, оборудованный компьютером, решает основные задачи все основные задачи по учету электроэнергии и передачи ее диспетчеру энергосистемы.

Система гидротехнических измерений

В систему гидротехнических измерений входят измерения уровней верхнего и нижнего бьефов, напора, расходов воды через агрегаты и гидросооружения. Система основывается на базе датчиков гидростатического давления и позволяет вести мониторинг гидроизмерений, с автоматической регистрацией показаний в системе баз данных и построением графиков изменения этих показаний во времени, что в свою очередь исключает человеческий фактор при учете и контроле

гидротехнических параметров.

Система управления затворами гидротехнического сооружения

В системе контроля и управления затворами гидротехнического сооружения устанавливаются органы управления оборудованием и измерительные приборы, отображающие гидротехнические параметры, положение механизмов. Автоматизированная система позволяет управлять оборудованием, как в ручном режиме, так и по командам с ЦПУ, при этом должен выполняться приоритет команд ЦПУ. Вся информация о состоянии гидротехнического сооружения выносится на экран информационной панели и дисплей АРМа дежурного ГЩУ.

Разветвленная компьютерная сеть

Для организации разветвленной компьютерной сети, предназначенной для объединения всех вычислительных устройств станции, должна быть использована шина передачи данных с высокой пропускной способностью. Шина передачи данных должна составлять единую местную сеть ГЭС. Функционирование сети осуществляется по протоколам Ethernet/Fast Ethernet. Сеть выполняется на сетевом оборудовании при помощи кабелей витой пары FTP категории 5е. Для повышения надежности и отказоустойчивости сеть выполняется закольцованной с достаточным резервом линий связи. В случае появления разрыва цепи, место разрыва должно быть обнаружено за время не более чем 50 миллисекунд с последующим переключением на резервную цепь. Все линейные коммутаторы должны пользоваться единым программным обеспечением. Интерфейс коммутатора должен иметь защиту от незаконного входа в сеть. Для обеспечения резерва по подключению дополнительных сетевых абонентов в сетевых коммутаторах должен быть предусмотрен резерв. Подключение сетевых абонентов к сети выполняется через линейные сетевые коммутаторы. Для подключения абонентов и систем агрегатного уровня, имеющих интерфейсы RS-232/RS-422/RS485, должны устанавливаться преобразователи интерфейсов, преобразующие данные интерфейсы в интерфейс единой вычислительной сети ГЭС. Автоматизированное рабочее место должно быть заблокировано паролем допуска.

Агрегатный уровень

Системы автоматического управления, контроля и сигнализации агрегатов обеспечивают поддержание необходимых параметров и технологических режимов.

САУ-ГА обеспечивает управление агрегатом как с центрального пульта управления (ЦПУ), так и со шкафа ПТК САУ-ГА (местный режим управления.)

ПТК САУ-ГА укомплектован индивидуальным процессором, выполняющим следующие функции:

- контроль готовности к пуску гидроагрегата;
- местный пуск агрегата и включение в сеть методом автоматической точной синхронизации;
- контроль параметров агрегата и обеспечение нормальной его работы;
- штатный останов агрегата дистанционно (с ЦПУ), или по месту (с САУ-ГА) с отключением генератора от сети и его развозбуждением;
- аварийный останов агрегата со сбросом нагрузки;
- контроль состояния датчиков гидрогенератора;
- контроль состояния защит гидрогенератора;
- контроль состояния системы возбуждения;
- постоянный контроль температурного состояния генератора;
- контроль разгона агрегата;
- контроль системы маслонапорной установки (МНУ).

Возбуждение гидрогенератора тиристорное, выполняется по схеме самовозбуждения с питанием от выпрямительного трансформатора, подключенного к выводам статора. Схема обеспечивает ручное и автоматическое регулирование напряжения.

Вся аппаратура, необходимая для выполнения операций пуска, останова и регулирования, расположена в шкафах ПТК. На лицевой стороне ПТК САУ-ГА и возбуждения установлен монитор, позволяющий визуальный контроль напряжения, тока и частоты гидрогенератора.

Для питания шкафов ПТК предусматривается два источника питания: от собственных нужд ГЭС переменного тока $\sim 220\text{В}$ и от системы постоянного тока $=220\text{В}$.

Пусковой комплекс АСУ ТП малых ГЭС

В объем пускового комплекса войдет:

- диспетчерский рабочий пульт управления ГЭС
- система управления и мониторинга ОРУ 35кВ, КРУ 10кВ и ЩСН 0,4кВ;
- система управления оборудованием гидротехнического сооружения;
- система гидротехнических измерений;
- автоматизированная информационно-измерительная система контроля и учета электроэнергии (АИИСКУЭ);
- автоматизированная система пожарно-охранной сигнализации;
- система автоматического управления одним гидроагрегатом;
- система контроля и сигнализации технологических параметров гидроагрегата;
- система возбуждения гидрогенератора.

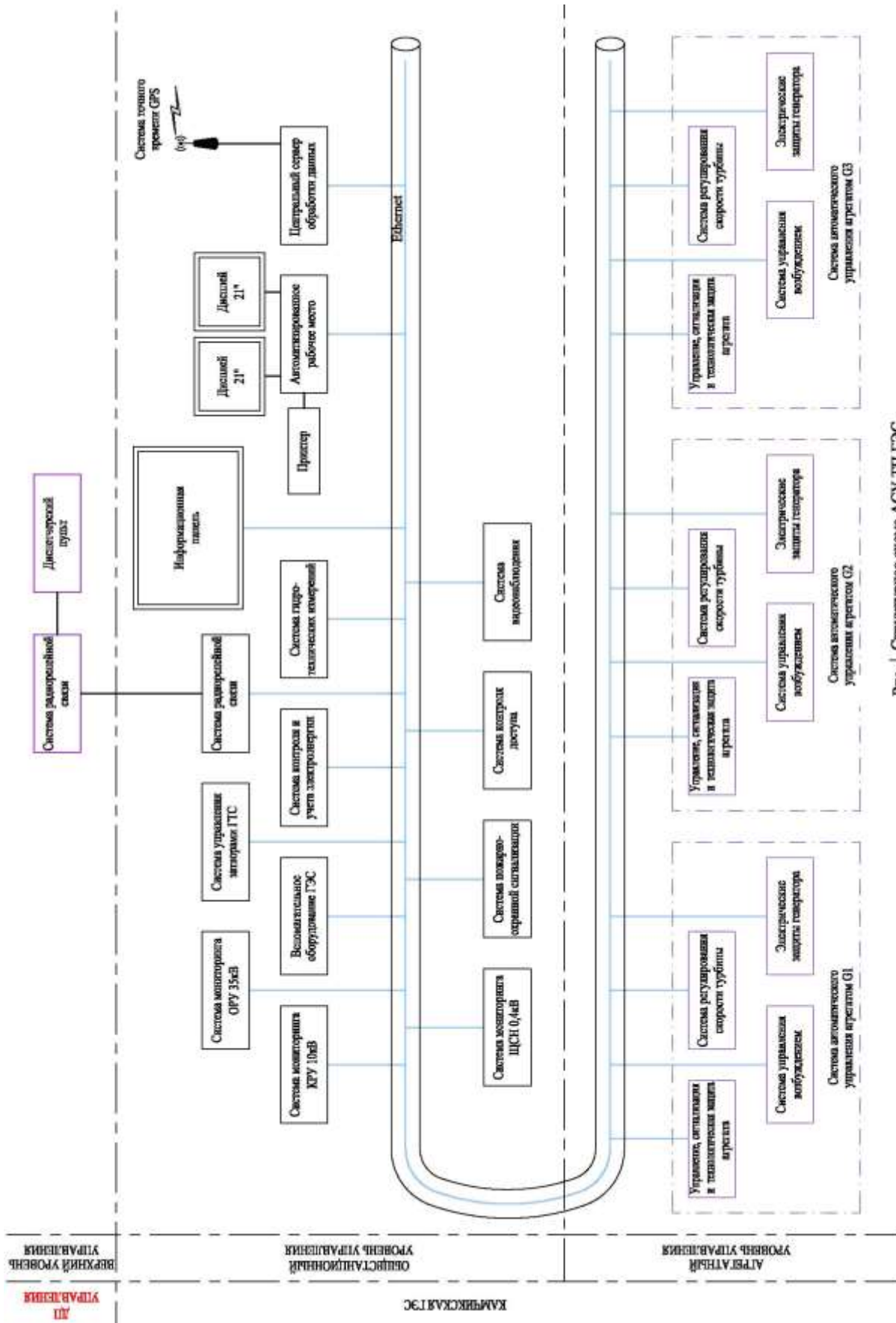


Рис. | Структурная схема АСУ ТП ТЭС

Практическая реализация АСУ малых ГЭС

Разработка и внедрение автоматизированной системы управления группой малых ГЭС предусматривает ряд завершенных этапов, каждый из которых соответствует реализации определенного круга задач.

На первом этапе решаются задачи автоматизации коммерческого учета электроэнергии, как необходимого условия функционирования малых ГЭС в энергорынке. Далее разрабатывается аппаратное и программное обеспечение для сбора и передачи данных относительно получасовых графиков отпуска электроэнергии и формирования отчетной документации согласно с действующими нормативным документами. Дополнительными заданиями данного этапа является тестирование избранных интеллектуальных счетчиков, аппаратной платформы и каналов связи, подготовка оперативного персонала к работе с новым оборудованием.

Цель следующего этапа реализации АСУ – автоматизация процесса производства электроэнергии и обеспечение автономности малых ГЭС в нормальных (плановых) режимах их работы. Решаются задачи дистанционного маневрирования малых ГЭС автоматического контроля работоспособности и защиты их основного оборудования и, таким образом, уменьшения необходимого количества обслуживающего персонала. При этом существенно увеличивается состав информационного обеспечения, поскольку для ведения заданного дистанционно режима малых ГЭС с принятием элементарных решений по управлению ими необходимо:

- контролировать уровень воды в верхнем бассейне и останавливать агрегаты в случае достижения минимального уровня;

- контролировать режим работы генераторов с использованием измерительных приборов щита управления и соответственно корректировать мощность турбин;

- контролировать параметры механической части малых ГЭС (подшипники генераторов, турбин, передач и тому подобное) и останавливать агрегаты в случае достижения предельных значений по вибрации и температуре;

- регистрировать аварийные и предаварийные ситуации, а также присутствие персонала и посторонних лиц на территории малых ГЭС (включая периодическое видеонаблюдение) с информированием высшего иерархического уровня управления (диспетчерского центра), а также обслуживающего персонала.

Решение проблем информационного обеспечения задачи ведения режима малых ГЭС требует расширения аппаратно-программной части локальных систем управления (рис.2)- установления сенсоров (С) механических и электрических параметров, а также исполнительных органов

(ИО), объединенных в информационную сеть нижнего уровня, PLC-контролеров для организации выполнения задач реального времени и обмена данными Третий этап разработки и реализации АСУ малых ГЭС начинается с выделения (по территориальному признаку, установленной мощности, количеству и квалификации обслуживающего персонала) опорных ГЭС. Именно на таких станциях устанавливается дополнительное оборудование для организации локальной автоматизированной системы управления ими и соединенных с ними малых ГЭС низшего уровня. PLC- контролеры таких объектов объединяются в локальную сеть Ethernet, что обеспечивает возможность обмена данными между ними и сервером локальной АСУ. Последний оснащается программным обеспечением, позволяющим накапливать и анализировать ретроспективные данные собственной локальной САУ и САУ соединенных малых ГЭС, повышать эффективность использования водных ресурсов, прогнозировать аварийные ситуации и ликвидировать аварии с минимальными ущербами. Таким образом, локальные АСУ опорных ГЭС предназначены для автономного программного управления режимами работы малых ГЭС в соответствии с изменениями параметров окружающей среды, оперативного анализа режимов работы их оборудования, а также для информирования диспетчерского центра и дежурного персонала соответствующей малых ГЭС о возможных аварийных ситуациях, анализа тенденций изменения основных параметров (электрических, механических), их регистрации и организации полноценного информационного обмена между объектами управлениями диспетчерским центром. Очевидно, что реализация описанной АСУ малыми ГЭС требует, кроме надлежащей аппаратной реализации, разработки соответствующего математического и программного обеспечения, которое для отдельной малых ГЭС (особенно ГЭС уровня II) нуждается в значительных капитальных затратах и расходах времени. Но экономический эффект, связанный с улучшением управляемости и маневренности малых ГЭС, с повышением надежности работы и эффективности использования водного потенциала, по приблизительным оценкам позволит компенсировать все указанные выше расходы на протяжении 3-4 лет.

Учитывая, что:

- энергетика является основой для развития экономики любого государства и поэтому ее развитие должно идти опережающими темпами;
- в последние годы, в связи с резким ростом мировых цен на ископаемые источники энергии и сокращением их разведанных запасов, в мире наблюдается бум, на реализацию проектов в области ВИЭ, как нетрадиционных (солнечной, ветровой, геотермальной энергии), так и традиционных — гидравлическая энергия водных потоков;
- тенденция роста цен на ископаемое топливо и металлы будет продолжаться;
- ужесточение требований к охране окружающей среды и борьба

за более комфортные условия жизни и здоровье населения, ограничивает возможности строительства тепловых и атомных электростанций, а также крупных гидроузлов;

- глобальное потепление климата на нашей планете, вызванное ростом вредных выбросов в атмосферу, заставляет государства вводить ограничения на выбросы для промышленных предприятий, что способствует внедрению энергоэффективных технологий и реализации ВИЭ проектов.

Выводы

1. Современные условия и особенности эксплуатации малых ГЭС на энергетическом рынке требуют повышение уровня автоматизации процессов, связанных с выработкой электроэнергии.

2. Поэтапная разработка и реализация автоматизированной системы управления позволяет последовательно создать систему, максимально адаптированную к составу и параметрам малых ГЭС, которые являются составляющими отдельного субъекта энергорынка.

3. Трехуровневая иерархия АСУ ГЭС обеспечивает высокую надежность и эффективность системы и, вместе с тем, позволяет существенно сократить капитальные затраты на разработку и внедрение АСУ.

Использованные источники:

1. Celso Penche. Layman's Handbook On How To Develop A Small Hydro Sity (Second Edition). – DG XVII European Commision 200 rue de la Loi B-1049 Bruselas Belqisa.-1998.-266p.

2. Smail Khennas, Andrew Barnett. Best Practices For Sustainable Development Of Micro Hydro Power In Developing Countries (Final synthesis report). – The Department for International Development, UK, The World Bank. – 200. -119 p.

Тирская М.А.

магистр

ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ

Россия, г. Уфа

ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Аннотация: *Статья посвящена особенностям ораторского искусства. Автор отмечает, что мастерство публичной речи, искусство полемики и общения в любом обществе – ключ к популярности, признанию, лидерству, самореализации и высокому уровню жизни.*

Ключевые слова: *ораторское искусство, оратор, речь, мастерство публичной речи, самореализация личности.*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современном мире, в связи с бурным развитием средств массовой информации и коммуникации, резко возрос интерес к риторике. Для современного человека, претендующего на звание «культурного и образованного», низкая

культура общения «должна бы считаться таким же неприличным явлением как неумение читать и писать». Речь – это лучший паспорт человека. Сегодня новые экономические и социальные условия выдвинули на первый план необходимость повышения коммуникативной компетентности, поскольку высокая речевая культура и развитая экономика неотделимы друг от друга [1, с. 4]. Во многих зарубежных странах риторика является обязательным предметом практически во всех учебных программах, поскольку прагматичное стремление современного человека к жизненному успеху, карьерному росту, профессиональной компетентности немыслимо без умения говорить аргументировано, грамотно, убедительно и красиво.

Овладение искусством общения необходимо для каждого человека независимо от того, каким видом деятельности он занимается или будет заниматься. Каждый, кто стремится добиться успехов в жизни, успешно продвигаться по карьерной лестнице, эффективно и грамотно общаться с людьми должен овладеть определенными знаниями и навыками в области межличностного и делового общения. Но особенно важно умение общаться для деловых людей: предпринимателей, менеджеров, людей, занятых в сфере управления [2, с. 53-54].

Специфика цивилизационного развития современной России, ставшей на путь демократизации и открывающей возможности для самореализации, самовыражения каждой личности, актуализировала проблему востребованности индивида, владеющего живым и действенным словом, способностью к диалогу, основами ораторского искусства, направленного на решение злободневных социально-политических задач [3, с.97].

Осмысление социальной природы, сущности и специфики ораторского искусства как социокультурного феномена, обоснование значения и роли ораторского искусства в социальных процессах, в формировании культуры общения и речи, являющейся отражением духовного состояния современного российского общества, представляют сегодня особый научный и практический интерес.

Теоретическое и практическое значение исследования. Теоретическое значение работы состоит в том, что рассмотрение ораторского искусства как социокультурного феномена, неразрывно связанного с духовно-нравственными, политическими, правовыми, социальными процессами и глобальными цивилизационными изменениями, дает возможность выработки нового, отвечающего современным требованиям, философского осмысления роли ораторского искусства в жизни современного российского общества [4, с. 241].

Практическое значение работы заключается в том, что материалы исследования могут быть использованы в учебном процессе: в практической работе при преподавании социально-гуманитарных дисциплин, при разработке вузовских курсов по философии, культурологии, этике, эстетике, риторике, политологии, педагогике, психологии, а также при практическом

обучении методам эффективного взаимодействия в процессе межличностного общения и публичного выступления.

Ораторское искусство – особый вид творческой, духовно-практической деятельности. Оно представляет собой совокупность научных знаний, технологий и владения правилами и закономерностями эффективного воздействия на собеседника и аудиторию, а также практическими навыками художественной подачи содержания публичной речи, направленной на отражение и выражение социальных потребностей и интересов, общественно значимых задач. Ораторское искусство – часть общей культуры человечества, культуры общения и речи, социокультурный феномен [5, с.143].

Речь оратора (устная или письменная) – форма выражения его мышления, результат сложного творческого процесса, синтезирующего элементы научного и художественного подходов. Она является художественным произведением, в котором в чувственно-материальной форме воплощен художественно-содержательный замысел. Ораторское искусство выполняет побудительную, ориентировочную, направляющую роль в области общественной деятельности, ибо оно, как искусство словесного действия, призвано убеждать людей, управлять ими, вести за собой, доставлять эстетическое удовольствие воспринимающим его.

В отечественной философской литературе (прошлого и современности) можно выделить ряд исследований, освещающих этические, эстетические, историко-культурологические аспекты ораторского искусства, в частности.

«Большинство преуспевающих людей, – пишет Х. Маккей, – хорошие ораторы. Наше общество является информационным, и поэтому умение довести до аудитории соответствующую информацию в доходчивой, краткой и убедительной форме – весьма ценный талант. «Блестящий оратор, но говорит невразумительно» – такая характеристика может годиться для специалиста. Для ораторской речи характерна сложная взаимосвязь между книжной речью и её устным воплощением. В процессе обдумывания, разработки и написания текста речи выступающий, как правило, опирается на книжно-письменные источники, поэтому подготовленный текст – это, по сути, книжная речь. Но, выходя на трибуну, оратор должен не просто прочитать текст речи по рукописи, а произнести так, чтобы её поняли и приняли [6, с.187].

Резюмируя всё сказанное, можно сделать вывод: ораторское искусство – сложное общественное явление, обладающее множеством свойств. Оно – способ самореализации личности, средство социального взаимодействия и формирования системы жизненных ценностей, мировоззрения человека.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.

2. Игебаева Ф.А. О профессиональной подготовке студентов аграрного университета по новым образовательным программам // Социально-политические науки. Международный межвузовский научный рецензируемый журнал. Москва, Издательский дом «Юр-ВАК», 2014, № 3 – С.53 – 55.
3. Бадмаев Б.Ц. Психология обучения речевому мастерству. / Б.Ц. Бадмаев. – М.: ГИЦ ВЛАДОС, 1999. – 224 с.
4. Рахматуллина З.Я. Культура общения и взаимопонимания. // З.Я. Рахматуллина. – Уфа: РИО БашГУ, 2002. – 162 с.
5. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов. / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 189 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
6. Сидоров, П.И. Деловое общение: учебник / П.И. Сидоров, М.Е. Путин, И.А. Коноплева.- 2-е изд., перераб. М.: – ИНФАРМ-М, 2013. – 383с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

*Терещенко Э.Ю., к.э.н.
доцент*

кафедра экономики и финансов

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Миколайчук А.А.

студент 3 курса

направление подготовки «Экономика»

Россия, г. Ялта

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

Аннотация. В статье был рассмотрен и проанализирован налоговый контроль в Российской Федерации, а также определены основные проблемы его функционирования. Проведен анализ мобилизации налогов и сборов в бюджеты различных уровней, результаты которого выступили в качестве оценки эффективности налогового контроля.

Ключевые слова: налоговый контроль, камеральная проверка, выездная проверка, налоги, сборы, консолидированный бюджет.

Abstract. The article was reviewed by the tax control in the Russian Federation, as well as its major problems of functioning. They also explored tax revenues in budgets of various levels, as the assessment of efficiency of tax control.

Keywords: tax control, desk audit, field audit, taxes, levy, consolidated budget.

Введение. Налоговый контроль является составной частью финансового контроля, одним из видов государственного финансового контроля. Главной его целью является соблюдение налогового законодательства, а также обеспечение своевременности уплаты налогов и

сборов в бюджеты всех уровней. Говоря об эффективности налогового контроля, прежде всего следует акцентировать свое внимание на необходимость достижения баланса интересов государства и плательщиков налогов, который может быть выражен в последовательным снижением налоговой нагрузки, качественном улучшении налоговой системы, налогового администрирования, а также в повышении уровня собираемости налогов. На данный момент существует ряд факторов, которые сдерживают эффективность налогового контроля, что не может не повлиять на налоговую систему страны в целом.

Однако, несмотря на довольно глубокое отражение этого вопроса в отечественной литературе, на сегодняшний день не выделены основные проблемы, сдерживания эффективности налогового контроля.

Цель исследования. В этой связи, целью данной статьи является анализ эффективности налогового контроля в РФ и определение на этой основе основных проблем сдерживания его эффективность.

Результат исследований. Ст. 82 НК РФ налоговый контроль определяется как "деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном настоящим Кодексом" [1].

Налоговый контроль проводится должностными лицами налоговых органов посредством налоговых проверок, получения нужной информации от налогоплательщиков, налоговых агентов, плательщиков сборов, проверки данных учета и отчетности, используемых для извлечения дохода, в других формах, предусмотренных Налоговым кодексом РФ. Основной формой налогового контроля является налоговая проверка, представляющая собой действие налогового органа по контролю за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью перечисления налоговых платежей в бюджет. Налоговые проверки в соответствии с российским законодательством о налогах и сборах подразделяются на камеральные и выездные, согласно ст. 88 «Камеральная налоговая проверка» и ст. 89 «Выездная налоговая проверка» НК РФ. Именно налоговые проверки по своей эффективности и значимости занимают ведущее положение среди контрольных мероприятий налоговых органов [1].

Сегодня перед государством стоит задача таких условий реализаций механизма налогового контроля, в рамках которых полностью соблюдались все принципы налогообложения, что в результате позволило бы с одной стороны, выполнить в полном объеме свои налоговые обязательства, а с другой налоговым органом разработать мероприятия направленные на уменьшения налоговых правонарушений.

При нарушения налогового законодательства, вместо мобилизации налоговых платежей в бюджеты, наблюдается недофинансирование ряда статей расходов бюджета, обеспечение которых характеризует финансовую

и экономическую безопасность государства.



Рис.1. Содержание государственного налогового контроля

Источник: Налоговый менеджмент - стержень налогового механизма. [Электронный ресурс]// Электронная библиотека "Книги в формате doc". // Бюджетно-налоговый контроль. Режим доступа: <http://any-book.org/download/53628.html>.

На рисунке 1, представлены следующие стадии налогового контроля: регистрация и учет налога плательщиков; прием налоговой отчетности; осуществление камеральных проверок; начисление платежей к уплате; контроль за своевременной уплатой начисленных сумм; проведение выездных налоговых проверок; контроль за реализацией материалов проверок и уплатой начисленных финансовых санкций и административных штрафов [4].

Таким образом, налоговый контроль осуществляется на всех уровнях

государственного управления, а именно: федеральном, субъектов Российской Федерации и муниципальном.

В 2015 г. в консолидированный бюджет Российской Федерации поступило федеральных налогов и сборов на сумму 12126,8 млрд.рублей (88,4% от общей суммы налоговых доходов), региональных - 853,1 млрд.рублей (6,2%), муниципальных - 217,8 млрд.рублей (1,6%), налогов со специальным налоговым режимом - 522,7 млрд.рублей (3,8%) [6].

Исполнение и структура консолидированного бюджета на 2014-2015 гг. выглядит следующим образом, см. табл.1, 2.

Таблица 1

Исполнение консолидированного бюджета РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов за 2014-2015 гг., млрд. рублей

	Доходы	Расходы	Профицит, дефицит (-)
2014 г.			
Январь	1726,3	981,1	745,2
Январь-февраль	3579,8	3373,5	206,3
I квартал	5960,4	5432,0	528,4
Январь-апрель	8498,3	7778,7	719,7
Январь-май	10572,3	9519,8	1052,6
I полугодие	12671,2	11583,6	1087,6
Январь-июль	15108,2	13720,4	1387,8
Январь-август	17143,4	15631,6	1511,7
Январь-сентябрь	19221,4	17679,1	1542,3
Январь-октябрь	21563,5	19973,8	1589,7
Январь-ноябрь	23439,4	21891,2	1548,2
Год	26766,1	27611,7	-845,6
2015 г.			
Январь	1661,5	1833,3	-171,7
Январь-февраль	3403,0	4237,1	-834,1
I квартал	6044,6	6491,8	-447,3
Январь-апрель	8704,9	9531,8	-826,9
Январь-май	10514,7	11360,5	-845,7
I полугодие	12748,6	13631,5	-882,8
Январь-июль	15243,3	16055,4	-812,1
Январь-август	17316,8	18168,5	-851,7
Январь-сентябрь	19496,2	20248,0	-751,8
Январь-октябрь	21911,1	22500,8	-589,8
Январь-ноябрь	23679,2	24664,9	-985,7
Год	26494,1	29307,8	-2813,7

Источник: Федеральная служба государственной статистики (Росстат).

[Электронный ресурс] //Официальная статистика. Финансы. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

Данные таблицы 1 показывают, что дефицит бюджета в 2015 г. по сравнению с предыдущим, увеличился почти на 20%. Это говорит о том, что налоги, сборы и иные обязательные платежи не поступали в полном объеме. Отсюда, роль и значение налоговых проверок, с целью контроля предприятий по уплате налогов сборов в бюджеты всех уровней, становятся все более актуальным и необходимым.

Таблица 2

Структура консолидированного бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов за 2014-2015 гг., млрд. руб.

Виды доходов	2015	2014
налог на прибыль организаций	2599,0	2375,3
НДФЛ	2807,8	2702,6
страховые взносы на обязательное социальное страхование	5347,3	5035,7
НДС	4233,9	3940,2
Акцизы	1068,4	1072,2
налоги на совокупный доход	347,8	315,1
налоги на имущество	1068,6	957,5
налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	3250,7	2934,7
доходы от внешнеэкономической деятельности	3295,3	5463,7
доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	1148,2	797,2
платежи при пользовании природными ресурсами	198,7	261,5
безвозмездные поступления	103,9	134,2
Итого	26494,1	26766,1

Источник: Федеральная служба государственной статистики (Росстат). [Электронный ресурс] //Официальная статистика. Финансы. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

Исходя из данных таблицы 2, в 2015 году поступления доходов сократились почти на 10%. По данным Федеральной налоговой службы, задолженность по налогам и сборам, учитываемая с момента ее возникновения, в консолидированный бюджет Российской Федерации за 2015 год составила - 26494,1млрд.рублей.

Общая сумма задолженности на 2015 год составила - 827,3 рублей, недоимка - 461,4 млрд. рублей (см. табл. 3).

Таблица 3

Структура задолженности по налоговым платежам и сборам в консолидированный бюджет РФ за 2015 г., млрд. рублей

	Задолженность	Из нее	
		Недоимка	Урегулированная задолженность
Всего	827,3	461,4	359,1
по федеральным налогам и сборам	602,5	287,6	310,8
в том числе:	113,6	52,4	60,4
налог на прибыль организаций			
НДС	749,4	374,5	369,8
налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	13,8	8,6	5,1
из них налог на добычу полезных ископаемых	13,0	8,3	4,7
акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории РФ	45,5	7,4	38,1
из них на алкогольную продукцию (за исключением пива)	35,7	5,3	30,4
остальные федеральные налоги и сборы	54,0	31,5	22,1
по региональным налогам и сборам	136,8	108,4	26,7
по местным налогам и сборам	60,2	48,2	11,2
по налогам со специальным налоговым режимом	27,9	17,2	10,4

Источник: Федеральная служба государственной статистики (Росстат). [Электронный ресурс] //Официальная статистика. Финансы. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

Как видно из таблицы 3 в результате урегулирования данных задолженностей по различным видам налогов, доход составил - 359,1 млрд.рублей, что свидетельствует лишь о части ее погашения.

Проблема повышения эффективности налогового контроля решается путем проведения налоговых проверок. Именно налоговые органы Российской Федерации проводят контрольные мероприятия по исполнению налогового законодательства, а в случае его нарушения введения штрафов,

санкций и др. Существует два вида налоговых проверок: камеральные и выездные проверки.

Наиболее эффективной в ходе раскрытия налоговых правонарушений признаются выездные проверки, так как проведение камеральных проверок происходит без какого-либо специального решения руководителя налогового органа в течение трёх месяцев со дня представления налогоплательщиком налоговой декларации (расчета). Однако, основным плюсом данного вида проверки является то, что производится первоначальный отбор потенциальных нарушителей налогового законодательства. При выездной же проверке, в отличие от камеральной, производится, как правило, по месту нахождения налогоплательщика и на основании решения руководителя (заместителя руководителя) налоговой инспекции [5, с. 228].

Эффективность проведения и выявления правонарушений при камеральной проверке в процентном соотношении составляет около 6-8%, а выездные проверки составляют - около 96%, поэтому эффективность мониторинга налогоплательщиков выявляется в результате доначислений и снижение количества проверок, см табл.4 [2].

Таблица 4

Результаты проведения выездных налоговых проверок налоговыми органами Российской Федерации в 2012-2014 гг.

№ п/п	Год	Количество проведенных ВВП (ед.)	Сумма доначислений по результатам ВВП (млн. р.)	Сумма доначислений в расчете на 1 проверку, тыс. р.	Сумма фактических поступлений налоговых доходов, млн. р.	Удельный вес доначисленных платежей в сумме фактических налоговых поступлений, %
1	2012	55 940	311 355	5 566	10 954 009	2,84
2	2013	39 762	279 290	7 024	11 325 853	2,47
3	2014	34 246	288 446	8 422	12 606 342	2,29
4	Темп роста показателей, %(базисн.)	0,61	0,93	1,51	1,15	0,81

Источник: Комарова Е.И. Развитие налогового контроля в России и оценка его эффективности. [Электронный ресурс] //Электронный научный журнал. Современные проблемы науки и образование. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18570>.

Из данных представленных в таблице 4 видно, что к 2014 году значительно сократилось проведение выездных налоговых проверок по сравнению с 2012 г., более чем на 20 %. Рост эффективности контрольных мероприятий показал снижении количества проверок почти на 13%.

Удельный вес доначислений, на одну проверку в 2014 году, увеличился на 25%. В данном случае, следует говорить о кумулятивном эффекте, который способствовал совершенствованию системы налогового администрирования. Благодаря эффективной работе выездных налоговых проверок и активному использованию инструментов трансфертного ценообразования, в бюджет дополнительно поступило в общей сумме - 1,4 млрд. рублей [7].

В перспективе для достижения социально-экономической и бюджетной эффективности налогового контроля необходимо не только проведение комплекса контрольных мероприятий, осуществляемых налоговым органом, которые направлены на всестороннее изучение информации о налогоплательщике, соотношений финансовых результатов налоговой проверки и трудозатрат на ее осуществление, но и формирование системы оценки результативности и эффективности таких мероприятий.

Исходя из выше изложенного, основными проблемами снижения эффективности налогового контроля являются: не своевременность уплаты налогов; проблема рационального отбора налогоплательщиков для проведения контрольных проверок; законодательное закрепление активного участия налоговых органов в процессе исчисления и уплаты налогов налогоплательщиками; проблема налоговых отношений между государством и налогоплательщиков.

Отсюда, основными направлениями совершенствования налогового контроля являются: расширение базы внешней информации; усиление аналитической составляющей работы налоговых органов, т.е. внедрение в практику налогового контроля комплексного системного экономико-правового анализа финансово-хозяйственной деятельности проверяемых объектов; повышение эффективности налоговых органов совершенствование действующих процедур контрольных органов; улучшения качества проведения комплексных мероприятий по развитию налоговых отношений.

Использованные источники:

1. Гарант. Информационно-правовой портал. [Электронный ресурс]// Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ). Режим доступа: <http://base.garant.ru/10900200/>
2. Комарова Е.И. Развитие налогового контроля в России и оценка его эффективности. [Электронный ресурс] //Электронный научный журнал. Современные проблемы науки и образование. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18570>.
3. Налоговый менеджмент - стержень налогового механизма. [Электронный ресурс]// Электронная библиотека "Книги в формате doc". // Бюджетно-налоговый контроль. Режим доступа: <http://any-book.org/download/53628.html>.
4. Налоговой процесс. Экономическое, финансовое, налоговое право (библиотека). [Электронный ресурс] //Налоговый процесс. Электронная библиотека. Режим доступа: <http://isfic.info/proces/index.htm>.

5. Солодовникова У.Н., Сафонова Е.Д. Сравнительный анализ эффективности камеральных и выездных налоговых проверок РФ. [Электронный ресурс]// "Экономика и социум" №2(15), 2015. - 1404 с. Режим доступа: http://www.iupr.ru/ekonomika_i_socium__2_15__2015/.
6. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). [Электронный ресурс] //Официальная статистика. Финансы. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
7. Федеральная налоговая служба (ФНС). [Электронный ресурс]// Налоговая политика. Режим доступа: <http://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm>.

*Турсиналиева А.М.
магистрант химии, 2 курс
факультет естественных наук
Насиров Р., доктор химических наук
профессор
факультет естественных наук
Атырауский Государственный
университет им. Х. Досмухамедова*

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА ЭПР СПЕКТРОСКОПИИ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ АСФАЛЬТЕНОВ В НЕФТИ

В данной статье рассмотрено применение ЭПР спектроскопии для определения асфальтенов. Проанализированы характерные особенности ЭПР спектроскопии в нефтепроизводстве. На основе проведенных исследований автор излагает преимущества использования данного метода.

Ключевые слова: электронный парамагнитный резонанс, асфальтены, дисперсные системы, парамагнетизм нефти, свободные радикалы

This article describes the use of EPR spectroscopy for the determination of asphaltene. Analyzes the characteristics of the EPR spectroscopy oil production. On the basis of research conducted by the author outlines the advantages of using this method.

Key words: electron spin resonance, asphaltenes, dispersion systems, paramagnetism of oil free radicals

В ближайшем будущем большее внимание в нефтегазовой отрасли уделяется высоковязкой нефти с высоким содержанием гетероатомных соединений. По сравнению с зарубежными объектами, парамагнетизм природных объектов Республики Казахстан, в частности, осадочных отложений Прикаспийской впадины до сих пор остается малоизученным. В ходе научных исследований было доказано, что парамагнетизм нефти оказывает влияние на разведку нефтегазовых залежей, эффективную добычу нефтяных и газовых месторождений и переработку. Нефть и его продукты, содержащие парамагнитные частицы являются самыми активными. Их природа свободных радикалов не только влияет на изменения в залежах сырой нефти.

Всем известно, что асфальтены выделяют растворением нефти растворителями. В качестве растворителей применяют н-гептан, н-гексан, н-пентан или их смеси, но если смотреть гипотезу о эффективном выделении асфальтенов из нефти, то в научных сообществах до сих пор нету точного единого метода выделения асфальтенов из нефти.

Исходя из этого, чтобы решить эту проблему надо разносторонне изучить определения асфальтенов в нефти разными методами исследования.

Асфальтены не растворяются в петролеиновом эфире, пентане, изопентане, гексане, пентане, этиловым спирте, этиловым эфире. Петролейновый эфир и н-гептан применяют для выделения асфальтенов из нефти в лабораторных условиях. Асфальтены растворяются в бензоле, толуоле, пиридине, сернистом углеводе, четыреххлористом углеводе, хлороформе, циклогексане, высокомолекулярных ароматическом углеводороде и смолах. Самая низкая растворимость асфальтенов проявляется у низкомолекулярных алканов [1].

В настоящее время для изучения асфальтенов применяются различные методы спектроскопии. С помощью ЭПР спектроскопии было установлено, что асфальтены представляют смесь свободных радикалов с устойчивой парамагнитной молекулой и концентрата парамагнитных металлических комплексов. Опираясь на данные ЭПР спектроскопии можно дать новое определение асфальтенам. Асфальтены – это осадок, полученный парамагнетиками нефти и нефтепродуктов.

Метод электронного магнитного резонанса (ЭПР) был открыт советским физиком Е. К. Завойским в 1944 году. Данный метод основан на поглощении электромагнитных волн парамагнитными веществами в постоянном магнитном поле. Поглощение энергии регистрируется специальным прибором-радиоспектрометром в виде спектра ЭПР. Метод позволяет получить информацию о магнитных свойствах вещества. С помощью метода ЭПР можно узнать сведения о строении вещества [2].

Метод ЭПР позволяет получить важную информацию о магнитных свойствах вещества, а так как магнитные свойства вещества находятся в прямой зависимости от его молекулярной структуры, то метод ЭПР является весьма перспективным для изучения строения веществ.

Таким образом, изменение ЭПР-параметров используется в геохимии при изучении керогенов различных генетических типов и степени катагенетической преобразования. Важно, что этот метод не деструктурирующий, то есть в процессе записи спектра сохраняется целостность вещества, и оно может быть подвергнуто дальнейшим исследованиям [3].

В нижеприведенной таблице указаны сравнительный анализ выделением химическим путем, то есть осаждением растворителями низкомолекулярными алканами и исследование с помощью ЭПР спектроскопии. В качестве объекта для исследования были выбраны

несколько нефтяных месторождений.

Таблица 1.

Месторождения, номер скважины	Свободный радикал, 10-17 спин/г	Содержание асфальтена, %	
		Химическим путем	ЭПР
Каламкас, 52	16	3,0	3,2
Каражанбас, 105	28	5,8	5,9
135	24	4,8	4,8
851	31	6,0	6,0
Северный Бозащы, 175	15	2,9	3,0
Арман, 13	14	3,4	3,2
Кара-арна, 87	17	3,8	3,4
Кырыкмылтык, 7	37	6,8	7,2
Прорва, 169	9	1,9	2,0

Как видно из таблицы, содержание асфальтенов в ЭПР спектроскопии больше чем, выделенные химическим путем.

Как видно из всего вышесказанного, метод ЭПР имеет огромное значение для органической геохимии. Этот метод обладает очень важными качествами, обеспечивающими его преимущество перед другими методами, а именно:

А) быстрота проведения анализа,

Б) проведение анализа без химического вмешательства,

В) точность анализа,

Г) простота выявления ионов ванадия, что помогает нам судить о генезисе данного органического вещества.

Использованные источники:

1. А.И. Богомолов, А.А. Гайле, В.В. Громова и др. Под ред. В.А. Проскурякова, А.Е. Драбкина. Химия нефти и газа: Учебное пособие для вузов – СПб: Химия, 1995. - 448 с
2. Альтшулер С. А., Козырев Б. М., Электронный парамагнитный резонанс соединений элементов промежуточных групп, 2 изд., М., 1972. – 672 с.
3. Белонов А.М. Магнитный резонанс при изучении природных образований. Ленинград «Недра» Ленинградское отделение 1987, 191 с.
4. Р. Н. Насиров. Парамагнетизм нефтей и пород Прикаспия, - М. Недра, 1993.- 127 с.
5. Борисова Л.С. Геохимия асфальтенов нефтей Западной Сибири / Л.С.Борисова // Геология нефти и газа – 2009 – № 1. – с. 76-80.
6. Диндойн В.М. Современные методы анализа в органической геохимии. Труды СНИИГГИМС 2008, вып. 166, 23 с.

Тыдыкова Т.Д.
студент, 4 курс
Буйная Е.В.
научный руководитель, доцент
институт Экономики и управления
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

БЮДЖЕТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Статья посвящена бюджетному управлению предприятий. Тема статьи актуальна, поскольку бюджет, как система экономических распределительных отношений, охватывает практически все сферы жизнедеятельности общества. На рынке с ограниченным числом ресурсов, их правильное распределение и использование имеет огромное влияние на финансово-хозяйственную деятельность предприятий.

Ключевые слова: бюджет, бюджетное управление, центры финансовой ответственности, бюджетная структура.

The article is devoted to the budget management of enterprises. Subject article is relevant, since the budget, as a system of economic distribution relations, covers almost all spheres of society. In a market with a limited number of resources and their proper allocation and use it has a huge impact on the financial and economic activities of enterprises.

Keywords: budget, budget management, financial responsibility centers, the budget structure.

Бюджетное управление – это технология управления компанией, комплекс организационных мер, операций и приёмов, направленных на разработку и внедрение системы бюджетного управления [2].

Чтобы сохранить целостность и способность функционировать, предприятие, как единая система, вынуждено отвечать на воздействие соответствующим противодействием в необходимый момент. Для этого система управления должна иметь большое число разнообразных и быстродействующих программ реагирования. Одной из таких программ можно назвать программу постановки и поддержания системы бюджетирования, способной оперативно формировать достоверную и

полную информацию, необходимую для управления. Система позволяет адекватно реагировать на изменения, происходящие как во внешней, так и во внутренней среде предприятия.

К числу основных задач бюджетирования относятся:

- обеспечение текущего планирования;
- обеспечение координации, кооперации и коммуникации;
- подразделений предприятия; обоснование затрат предприятия;
- создание базы для оценки и контроля планов предприятия.

Для достижения этой цели должны быть выполнены следующие задачи:

1. Установление объектов бюджетирования.
2. Разработка системы бюджетов операционных и финансовых.
3. Расчёт соответствующих показателей бюджетов.
4. Вычисление необходимого объёма денежных ресурсов, обеспечивающих финансовую устойчивость, платежеспособность и ликвидность баланса предприятия.
5. Расчёт величины внутреннего и внешнего финансирования и выявление резервов их дополнительного привлечения.
6. Прогноз доходов, расходов и капитала организации [3].

Разработано множество методик постановки бюджетного управления на предприятии. Вместе с тем каждая методика содержит некоторые базовые элементы, на которых основывается структура системы. Основными элементами системы бюджетного управления являются:

- финансовая структура;
- бюджетная структура;
- регламенты бюджетного управления.

Под финансовой структурой понимается организация центров финансовой ответственности, определяющая их иерархию и предназначенная для управления стоимостью деятельности предприятия. При этом, центром финансовой ответственности (ЦФО) являются структурные подразделения предприятия, выделенные не по своим функциональным особенностям, а по способности приносить предприятию доходы или аккумулировать затраты и иметь возможность нести ответственность за величину понесенных затрат или приобретенных доходов. Так, например, в каждой коммерческой организации могут быть выделены подразделения, несущие ответственность за величину произведенных затрат (обычно это производственные подразделения), именуемые центрами затрат, а также подразделения, отвечающие за получение дохода, или ЦФО центры дохода (например отдел сбыта) [1].

Под бюджетной структурой понимается совокупность бюджетов, по которым происходит планирование и учет деятельности предприятия.

Бюджетная структура обычно включает в себя три основных бюджета:

- бюджет доходов и расходов (БДР) – обеспечивает управление

прибыльностью/ рентабельностью предприятия;

- бюджет движения денежных средств (БДДС) – способствует управлению ликвидностью предприятия;

- бюджет по балансовому листу (ББЛ) – предназначен для управления активами предприятия, а также различные операционные бюджеты (бюджет продаж, бюджет прямых расходов, бюджет накладных расходов и т.п.), являющиеся основанием для формирования основных бюджетов.

Регламенты или положения о бюджетном управлении на предприятии предназначены для организации бюджетной деятельности. Они содержат основные принципы бюджетного управления на предприятии. Обычно используются следующие регламенты:

- Положение о финансовой структуре – определяет финансовую структуру предприятия;

- Положение о бюджетной структуре – определяет бюджетную структуру предприятия;

- Положение о планировании и финансово-экономическом анализе - регламентирует последовательность планирования, порядок и методы оценки достигнутых результатов [2].

Таким образом, совокупность приведенных основных элементов определяет методику постановки системы бюджетного управления на предприятии.

Использованные источники:

1. Бюджетирование: Учебное пособие, 2-е изд., доп. и перераб. / В.В. Сухина; Самар. гос. техн. ун-т.; Самара, 2008. 120 с.;

2. Наумова, Н.В., Жарикова Л.А. Бюджетирование в деятельности предприятия : учебное пособие / Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 112 с.;

3. Панов М. М. Постановка системы бюджетного управления или три координаты бизнеса: БДР, БДДС, ББЛ. — М.: Инфра-М, 2014. — 304 с.

Тыдыкова Т.Д.

студент, 4 курс

Овчинникова И.В.

научный руководитель, старший преподаватель

институт Экономики и управления

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

Россия, г. Кемерово

МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Статья посвящена анализу различных методик оценки налоговой нагрузки экономического субъекта. Тема статьи актуальна, поскольку

воздействие налоговой нагрузки на хозяйственную деятельность предприятия достаточно велико. Поэтому налоговые реформы направлены на то, чтобы снизить налоговую нагрузку предприятий и стабилизировать экономику страны.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, налоговое бремя, налоги, оценка налогов, добавленная стоимость.

This article analyzes the various methods of assessing the tax burden of the economic entity. Subject article is relevant, since the impact of the tax burden on the economic activity of the enterprise is sufficiently large. Therefore, tax reforms are intended to reduce the tax burden of enterprises and to stabilize the country's economy.

Keywords: tax burden, incidence of taxation, taxes, assessment of taxes, value added.

В настоящее время в Российской Федерации отсутствует единое определение термина, характеризующего влияние налогообложения на хозяйственную деятельность и финансовое состояние предприятия. В основном применяются синонимичные понятия "налоговое нагрузка", "налоговое бремя", "налоговый пресс", "бремя обложения", "совокупное налоговое изъятие".

Налоговая нагрузка упоминается в Постановлении Правительства РФ № 391 от 23.06.2006 г. «Об утверждении методики расчета величины совокупной налоговой нагрузки на день начала реализации резидентом особой экономической зоны в калининградской области инвестиционного проекта и порядка установления (фиксации) факта увеличения этой величины», но разъяснения данного определения отсутствуют.

Чипуренко Е.В. считает, что налоговая нагрузка - это налоговое бремя, наложенное на организацию (предпринимателя), т.е. сумма налогов и взносов в государственную казну, которую он должен заплатить [5].

Помимо этого отсутствует и общепринятая методика ее оценки. В специальной литературе встречаются разные подходы к оценке налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты. Причинами такой ситуации являются проблемы, которые возникают перед оценщиками: сложность определения состава налогов, включаемого в расчет налоговой нагрузки; сложность определения интегрального показателя, с которым соотносится сумма налогов.

На сегодняшний день известны следующие методики оценки налогового бремени:

1) Общепринятая методика, разработанная Минфином России, согласно которому уровень налоговой нагрузки - отношение всех уплаченных организацией налогов к выручке, включая выручку от прочей реализации:

$$НН = (НП / (В + ВД)) * 100\%,$$

где НН - налоговая нагрузка на организацию; НП - общая сумма всех уплаченных налогов; В - выручка от реализации продукции (работ, услуг); ВД - внереализационные доходы.

Рассчитанная по этой методике налоговая нагрузка характеризует только налогообъемность произведенной продукции (работ или услуг) и не дает реальной картины налогового бремени налогоплательщика [2].

2) Е.А. Кирова рассматривала мультипликативный метод, в котором:

- сумма уплаченных налогов и платежей во внебюджетные фонды увеличивается на сумму недоимки по налоговым платежам, т.е. налоговая нагрузка определяется не уплаченными организацией налогами, а суммой налогов, которая должна быть уплачена, то есть суммой начисленных платежей;

- в сумму налогов не включается налог на доходы физических лиц, поскольку он уплачивается работниками организации, а сама организация только перечисляет платежи;

- сумма косвенных налогов, подлежащих перечислению в бюджет, включается в состав налоговых платежей при расчете, поскольку они оказывают существенное влияние на финансовую устойчивость организации;

- сумма налогов соотносится с вновь созданной организацией стоимостью продукции, которая определяется как разность добавленной стоимости и амортизации.

В этом случае налоговая нагрузка подразделяется на абсолютную и относительную. Абсолютная налоговая нагрузка представляет собой сумму налоговых платежей и платежей во внебюджетные фонды и может быть исчислена по формуле:

$$АНН = НП + ВП + НД,$$

где АНН - абсолютная налоговая нагрузка; НП - налоговые платежи, уплаченные организацией; ВП - уплаченные платежи во внебюджетные фонды; НД - недоимка по платежам [3].

3) Методика Литвина М.И., основанная на включении в состав налоговой нагрузки количества налоговых платежей, их структуры и механизма взимания. По этой методике показатель налоговой нагрузки определяется как отношение всех налогов к сумме источника средств для их уплаты:

$$НН = ((НП + ВП) / \sum ИС) * 100\%,$$

где ВП - платежи во внебюджетные фонды; $\sum ИС$ - сумма источника средств для уплаты налогов.

В сумму налоговых платежей включаются все налоги, уплачиваемые организацией, с учетом налога на доходы физических лиц.

Эта методика предполагает рассчитывать налоговую нагрузку по группам налогов в соотношении с соответствующим источником уплаты.

Общим показателем для всех налогов является добавленная стоимость, которая исчисляется по формулам:

$$ДС = В - МЗ \text{ или } ДС = ОТ + НП + ВП + П + А,$$

где ДС - добавленная стоимость, В - выручка от реализации продукции, работ или услуг (с учетом НДС); МЗ - материальные затраты; ОТ - оплата труда; П - прибыль организации; А - амортизация.

Данная методика не предполагает исключения из добавленной стоимости амортизационных отчислений и позволяет определить долю налогов в выручке организации, прибыли и долю заработной платы, амортизации, налогов и чистой прибыли в каждом рубле созданной продукции, но в состав налогов включен налог на доходы физических лиц, хотя организация, являясь налоговым агентом, налоговой нагрузки по этому налогу не несет. [1]

4) Кадушин А. и Михайлова Н. предлагают методику, позволяющую определять налоговую нагрузку как функцию типа производства, изменяющуюся в зависимости от колебаний затрат на материальные ресурсы, оплату труда или амортизацию. Налоговая нагрузка при этом определяется как доля отдаваемой государству добавленной стоимости, а налоги соотносятся с источником их уплаты. Расчет добавленной стоимости производится по следующей формуле:

$$ДС = А + (ОТ + СВ) + НДС + П,$$

где СВ – страховые взносы.

Данная методика предполагает применение структурных коэффициентов, как то:

- доля заработной платы в добавленной стоимости (включая начисления на заработную плату), рассчитываемой по формуле:

$$Кот = (ОТ + страховые взносы) / ДС;$$

- удельный вес амортизации в добавленной стоимости, рассчитываемый по формуле:

$$Ка = А / ДС;$$

- удельный вес добавленной стоимости в валовой выручке, рассчитываемый по формуле:

$$Ко = ДС / В.$$

По действующей системе налогообложения организация уплачивает следующие основные налоги:

- НДС (расчет по ставке 18%):

$$НДС = (ДС / 118\%) * 18\% = 0,153ДС;$$

- страховые взносы (расчет в 2013 г. по ставке 30%):

$$\text{Страховые взносы} = (ДС / 130\%) * 30\% * Кот = 0,231ДС * Кот ;$$

- налог на доходы физических лиц:

$$Нп = 0,13 * (1 - (0,356 / 1,356)) * Кот * ДС = 0,096ДС * Кот ;$$

- налог на прибыль:

$$Нпр = 0,20 * (1 - НДС - Кот - Ка) * ДС = 0,20 ДС * (0,847 - Кот - Ка).$$

Сумма основных налогов, уплачиваемых организацией, позволяет определить налоговую нагрузку как долю добавленной стоимости, расходуемую организацией на налоговые платежи, по формуле:

$$НН = НДС + СВ + Нп + Нпр .$$

При применении указанных выше коэффициентов формула имеет следующий вид:

$$НН = ДС * (0,30 + 0,1Кот - 0,20Ка) .$$

Таким образом, по этой методике сумма налогов соотносится с добавленной стоимостью, то есть с источником дохода, но при этом в расчет включен налог на доходы физических лиц и не учитывается влияние таких налогов, как налог на имущество, платежи за пользование природными ресурсами, земельный налог [2].

5) Методика, представляющая собой модификацию предыдущей методики. Основные принципы этой методики заключаются в следующем:

- в расчет включаются все налоговые платежи, подлежащие перечислению организацией в бюджет и внебюджетные фонды, т.е. не суммы произведенных платежей, а суммы начисленных платежей, поскольку определение налоговой нагрузки по фактически уплаченным суммам налогов уменьшает реальный уровень налогового бремени в силу возможного несовпадения по тем или иным причинам начисленных и фактически перечисленных по принадлежности налоговых платежей;

- налог на доходы физических лиц не включается в расчет как не относящийся к налоговой нагрузке на организацию, поскольку она является налоговым агентом;

- добавленная стоимость продукции, рассчитываемая по формуле: $ДС = В - МЗ$, является общим знаменателем, с которым соотносятся налоговые платежи.

Кроме применяемых в приведенной выше методике коэффициентов (коэффициент оплаты труда и коэффициент амортизации), в данной методике в состав структурных коэффициентов введены дополнительные коэффициенты, как то:

- удельный вес налогов, относимых на себестоимость продукции, за исключением единого социального налога (поскольку он уже включен в коэффициент оплаты труда), в добавленной стоимости, рассчитываемый по формуле:

$$К_о = Н_{сс} / ДС,$$

где $Н_{сс}$ - сумма налогов, относящихся на себестоимость продукции;

- доля налогов, относящихся к внереализационным расходам и уменьшающих прибыль организации до налогообложения (налог на имущество, рекламу и т.д.), рассчитываемая по формуле:

$$К_{нпр} = Н_{пр} / ДС,$$

где $Н_{пр}$ - сумма налогов, относящихся на внереализационные расходы.

По данной методике расчет НДС и страховых взносов производится

аналогично предыдущей методике, т.е. по формуле:

$$\text{НДС} = (\text{ДС} / 118\%) * 18\% = 0,153\text{ДС}$$

$$\text{Страховые взносы} = (\text{ДС} * \text{Кот} / 130\%) * 30\% = 0,231\text{ДС} * \text{Кот}$$

Формула определения налога на прибыль организаций должна быть скорректирована на суммы налогов, относимых на себестоимость продукции и уплачиваемых из прибыли организации:

$$\text{Нпр} = 0,20 * [\text{ДС} - \text{НДС} - (\text{ОТ} + \text{СВ}) - \text{А} - \text{Нсс} - \text{Нпр}].$$

Применением указанных выше структурных коэффициентов формула определения налога на прибыль организаций может быть преобразована следующим образом:

$$\text{Нпр} = 0,20 * \text{ДС} * (0,847 - \text{Кот} - \text{Ка} - \text{Кнсс} - \text{Кнпр}).$$

Общая налоговая нагрузка определяется как сумма подлежащих уплате налогов по формуле:

$$\text{НН} = \text{НДС} + \text{СВ} + \text{Нпр} + \text{Нсс} + \text{Нпр}.$$

В данной методике предполагается также применение коэффициента денежного изъятия, представляющего собой отношение начисленных налоговых платежей к реально полученным организацией финансовым ресурсам, который рассчитывается по формуле:

$$\text{НН} = (\text{НП} / \text{ДС} - \text{КБ}) * 100\%,$$

где КБ - заемные денежные средства (кредиты), привлеченные организацией в отчетном периоде.

Таким образом, налоговая нагрузка применяется для оценки влияния налоговых платежей на финансовое состояние предприятия. И она зависит от множества факторов: начиная от вида деятельности и заканчивая особенностями ведения налогового и бухгалтерского учета.

Использованные источники:

1. Островенко Т.Ж. Налоговая нагрузка на предприятие: обобщающие и частные показатели: Учебное пособие / Т.Ж. Островенко. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 269 с.;
2. Налоговое планирование [Электронный ресурс]: электронное учебное пособие / сост. И.В. Овчинникова; КузГТУ. – Кемерово, 2015;
3. Циндяйкина М. В., Макарова Л. М. Оценка влияния налоговой нагрузки на деятельность промышленного предприятия // Молодой ученый. — 2013. — №3. — С. 288-298;
4. Чипуренко Е.В. Налоговая нагрузка предприятия: анализ, расчет, управление: Учебное пособие / Е.В. Чипуренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 259 с.;
5. <http://taxslov.ru/n180.htm> Налоговая нагрузка.

*Тыдыкова Т.Д.
студент, 4 курс
Буйная Е.В.*

научный руководитель, доцент

БЮДЖЕТНЫЙ ПЕРИОД И БЮДЖЕТНЫЙ ЦИКЛ

Статья посвящена бюджетным периодам и бюджетным циклам. Правильный выбор продолжительности бюджетного периода и бюджетного цикла является одним из необходимых условий для эффективного функционирования системы бюджетирования на предприятии.

Ключевые слова: бюджетный период, бюджет, бюджетный цикл, управление предприятием.

The article is devoted to the budget period and budget cycle. The correct choice of the length of the budget period and budget cycle is one of the necessary conditions for the effective functioning of the budgeting system in the enterprise.

Keywords: budget period, the budget, the budget cycle, enterprise management.

Программы деятельности подготавливаются на определенный период в будущем – бюджетный период, который может быть краткосрочным и долгосрочным. Краткосрочный период – это период, когда бюджеты составляются обычно на год, с подразделением на полугодие, квартал, 12 месяцев, 13 четырехнедельных периодов и т.д [2].

Планирование на краткосрочные периоды вызвано целями контроля управления. В конце контрольного периода фактические данные сравниваются с бюджетными данными для анализа и оценки текущей деятельности. Предпочтительнее сравнивать четырехнедельные периоды, чтобы избежать различий в количестве дней разных месяцев. В течение года в бюджеты вносятся изменения (корректировки) с учетом изменения условий функционирования предприятия.

Часто составляют краткосрочный бюджет на период 1–3 месяца. Это совпадает с периодичностью составления фискальной отчетности, что в значительной степени облегчает информационное обеспечение таких бюджетов. Такие бюджеты являются обязательными для исполнения всеми структурными подразделениями предприятия. Анализ исполнения краткосрочного бюджета проводится на основе сравнения фактических показателей с плановыми показателями, установленными в начале бюджетного периода [4].

Однако краткосрочные бюджеты имеют следующий минус - на многих предприятиях финансовые показатели связаны с системой мотивации руководителей ЦФО. Мотивация на краткосрочные результаты может привести к тому, что нужная цель была достигнута, но не было рассчитано,

как оно может повлиять на будущее. Это отрицательно отразится на результатах работы предприятия в долгосрочной перспективе.

Если деятельность предприятия связана с внедрением новых технологий, вводом нового оборудования, требующих значительных капитальных вложений, то бюджеты разрабатываются на более длительный период – 3, 5 и более лет. Это долгосрочные бюджеты, которые разрабатываются, как правило, для каждого подразделения на год [2].

Иногда следование долгосрочному плану может снизить эффективность бюджетного управления. За такой длительный период времени всегда могут произойти события, которые не зависят от руководителей ЦФО и самого предприятия, но, тем не менее, влияют на финансовые результаты. Экономическая ситуация в стране может измениться, могут появиться новые законы, ограничивающие деятельность предприятия, могут поменяться ставки налогов, измениться порядок работы с таможней и т. д.

Поэтому лучше использовать несколько планов одновременно, которые имеют различный бюджетный. При этом планы могут различаться между собой не только горизонтом планирования, но также и целями, и детализацией планирования. Обычно долгосрочные планы носят более укрупненный характер. Например, годовой бюджет продаж может быть составлен в разрезе групп продукции, а месячный – детализирован по конкретным наименованиям.

С понятием «бюджетный период» тесно связано понятие «бюджетный цикл», поскольку составление бюджетов на следующий период происходит на основе анализа исполнения бюджетов прошлого периода.

Бюджетный цикл – составная часть бюджетирования, процесс составления организацией бюджета. В большинстве случаев он составляет один год. В течение бюджетного периода основные вопросы планирования решаются бюджетным комитетом на своих регулярных совещаниях. На выбор продолжительности бюджетного периода оказывают влияние и размер предприятия, и его отраслевая специфика, и сложившаяся на предприятии система управления [2].

Основные этапы бюджетного цикла:

- постановка целей на бюджетный период;
- сбор информации для разработки проекта бюджета;
- анализ и обобщение собранной информации, формирование проекта бюджета;
- оценка проекта бюджета и корректировка его при необходимости;
- утверждение бюджета;
- исполнение бюджета и текущая корректировка показателей;
- текущий и итоговый анализ отклонений;
- представление отчета о выполнении бюджета и анализ

достижения целей организации за отчетный период;

- выработка рекомендаций для корректировки бюджета текущего периода и разработки будущих бюджетов [4].

Все это должно быть указано в бюджетном регламенте – корпоративном документе предприятия, описывающем порядок составления, контроля и анализа бюджетов.

Использованные источники:

1. "Бюджетный кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 15.02.2016).
2. Клепцова О. Ю. Бюджетирование в «1С:Предприятии 8». Информационные технологии бюджетного управления. —М.: «1С-Публишинг»; СПб.: Питер, 2007. — 240 с.
3. Компьютерные технологии финансовых операций: курс лекций [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» / Е. В. Буйная, Е. В. Прокопенко; ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева», Каф. приклад. информ. Технологий.
4. Данченко М.А. Электронный учебно-методический комплекс. Финансовый и управленческий учет. URL: <http://tic.tsu.ru/www/uploads/fma/index.htm>.

*Упоров И.В., д.и.н., к.ю.н.
профессор
кафедра конституционного и административного права
Краснодарский университет МВД России
Россия, г. Краснодар*

ИСТОЧНИКИ И ПОНЯТИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА

В статье исследуются виды и содержание источников естественных прав человека как разновидности субъективных прав. Обосновывается позиция, согласно которой источниками естественных прав следует считать: 1) жизнедеятельность человека как разумного существа (биологический источник); 2) материальные условия жизни людей (материальный источник); 3) общественные отношения (социальный источник); 4) нормативные акты (формально-юридический источник). Дается также авторское понятие естественных прав человека.

Ключевые слова: естественные права человека, источники права, позитивное право, нормативный акт, жизнь, свобода, достоинство, неприкосновенность.

*Uporov I.V., D.Sc., Ph.D. Professor
Professor of Constitutional and Administrative Law
Krasnodar University of the MOI of Russia*

SOURCES AND CONCEPT NATURAL HUMAN RIGHTS

The article examines the types of content sources and the natural rights of man as a kind of subjective rights. Substantiates the position that the sources of natural rights should be considered: 1) human activity as a rational being (biological source); 2) the material conditions of people's lives (material source); 3) social relations (social power); 4) regulations (formal legal source). We also give the author's concept of natural rights.

Key words: natural rights of man, the sources of law, positive law, regulation, life, freedom, dignity and integrity.

В статье по данной проблематике («Признаки естественных прав человека как разновидности субъективных прав», опубликована в предыдущем номере данного журнала) были обоснованы основные признаки естественных прав человека, исходя из того, что в процессе развития человечества установились такие общественные отношения, в соответствии с которыми жизнь человека, свобода личности, достоинство личности, личная неприкосновенность приобрели качества фундаментальных социальных ценностей, что находит отражение в высших законодательных актах, в охране их государством, и прежде всего на конституционном уровне. К числу таких признаков следует относить следующие: 1) возникновение с момента рождения; 2) неотчуждаемость (неотъемлемость); 3) выражение наиболее существенных возможностей развития человека; 4) непосредственный и объективный характер реализации. По данным признакам естественные права отделяются от других субъективных прав как более общего социального явления.

Далее обратим внимание на источниках естественных прав человека. В теоретико-правовой литературе при освещении вопроса об источниках права как правило одновременно идет речь о формах права, и эти понятия отождествляются, синонимизируются и сводятся к ограниченному кругу формального проявления, то есть объективирования, права (нормативно-правовой акт, правовой прецедент, правовой обычай, нормативный договор). Более того, имеется мнение, согласно которому «в современной теории права особых проблем понятием источника права не возникает» [1, с.398]. На наш взгляд, такой подход, если иметь в виду научные исследования, а не учебный процесс, неоправданно упрощается. Л.И. Спиридонова определяет источник права из «процесса селективной эволюции культуры, аккумулирующей в своих норма поведения социальный опыт человечества (или опыт того общества, в котором они действуют» [2, с.138]. И действительно, чрезвычайно трудно абстрагировать понятие «источник права» безотносительно к той социально-правовой реальности, из которой, собственно, формируется это понятие, и поэтому при решении этой задачи

(абстрагирования, обобщения, которое все же необходимо сделать) необходимо учитывать все основные факторы, которые позволяют привнести в рассматриваемое понятие наиболее общие черты.

Далее, мы исходим из того, что право как категория не должно трактоваться расширительно, например, философский аспект приемлем не для определения права и соответственно источника права, а лишь для отдельных его характеристик (например, право как воля господствующего класса, возведенная в закон, право как справедливость, как мера свободы и т.д.). В основе же определения права должен лежать именно юридический аспект, иначе все смешивается и тем самым отдаляется решение конкретных теоретических задач. И в этом смысле мы полагаем, что известное и сложившееся в результате длительного развития теории права два основных понимания его следует взять за основу теоретических рассуждений об источнике права (как и о других правовых категориях). Речь идет о позитивистском и естественно-правовом понимании права.

Мы не считаем также правильным проводить резкую грань между естественным и позитивным правом – эти понятия взаимодействуют, например, естественное право на жизнь находит закрепление в позитивных нормах (в нормах конституции, где провозглашается это право, например, право на жизнь, в нормах уголовного права, где это право охраняется, и др.). Наконец, предварительно заметим и то, что само слово «источник» означает то, что право из чего что-либо возникает (не в чем проявляется, а именно из чего возникает, проистекает). Из чего? Приведенные выше положения позволяют выделить и отнести к источникам права следующие факторы.

Первый фактор - жизнедеятельность человека как разумного существа. Этот источник можно считать биологическим, именно он находится в самом начале генезиса субъективных прав, поскольку если нет самого человека, носителя прав, то не может и самого права – последнее, как известно, присуще только человеку и только тому человеку, который расположен в общественном пространстве. Причем данный источник порождает естественное право, и здесь можно говорить о праве на жизнь, праве на здоровье и других неотчуждаемых правах человека, связанных с физиологическим существованием человека. Биологический источник права является началом развития не только права, но и вообще любого другого социального института. И в этом смысле необходимо заметить, что право как социальное явление отражает (с присущей ему спецификой) собственно саму жизнь. Об этом, как нам представляется, нередко забывают, когда пытаются право облечь в сложные абстрактные формулировки. Как ни грубо это звучит, но человек – это млекопитающее, это «млекопитающее» состояние в обыденной жизни играет большую роль (питание, медицина, окружающая среда и т.д.) и оно не может поэтому не быть закрепленным в нормах права, поскольку именно нормы права закрепляют наиболее важные ценности человеческого сообщества. Помимо того, что биологический

источник непосредственно порождает ряд прав (то же право на жизнь), он является исходным основанием для следующего источника права.

Следующим источником права мы полагаем необходимым считать материальные условия жизни общества являются. И действительно, человек употребляет пищу, носит одежду, проживает в жилище и т.д. На каком этапе развития цивилизации эти предметы, эта недвижимость становятся его собственностью, возникает и затем оформляется соответствующее право. Но источником-то этого права являются именно материальные условия жизни человека. Следует заметить, что в отечественной и зарубежной литературе экономическим факторам традиционно уделялось повышенное внимание. Их роль и влияние на развитие государства и права не только всесторонне рассматривались оценивались, но зачастую также переоценивались и даже абсолютизировались. Это в первую очередь касалось марксистской литературы [3, с.83].

Тезис о существовании материального источника права как составной части широко известной и в советский период общепринятой концепций о соотношении базиса надстройки, точнее — об определяющей роли базиса, неотъемлемой частью которого является бытие материальные условия жизни общества по отношению надстройке, составной частью которой является право всеми его атрибутами и институтами, включая источники права, несомненно имеет под собой весьма солидную основу и заслуживает серьезного внимания. Правильность его многократно бы подтверждена не только с научной точки зрения теоретически, но и — самой повседневной жизнью практически [3, с.85].

Далее, на наш взгляд, должен следовать источник, который можно обозначить как общественные отношения. Разумеется, эти отношения предопределяются материальными условиями, которые, если их понимать расширительно, поглощают общественные отношения. Но дело в том, что формирование некоторых значимых прав (например, на достоинство личности) происходит под влиянием непосредственно общественных отношений, а не материальных условий как таковых. Более того, можно утверждать, что то же достоинство личности (и ряд других социальных ценностей) есть продукт общественных отношений, социальной жизни, поскольку эти блага обретают подобающую им ценность как раз в процессе общения людей. Например, достоинство как ценность формируется в результате развития именно общественных отношений и реализуется только в рамках общественных отношений, вне его оно теряет смысл (например, нелепо говорить о человеческом достоинстве для того, кто предпочитает одинокий образ жизни).

Формально-юридический источник прав завершает ряд восходящих этапов их происхождения. В данном случае имеется в виду доминирующий в теории права взгляд на источник права как на форму права в виде издаваемых уполномоченных на то органами (в нашей стране это органы

государства и органы местного самоуправления) норм поведения людей в различных сферах жизни.

Как мы видели, источники права отнюдь не ограничиваются только формально-юридической составляющей. Более того, более правильным, на наш взгляд, в формально-юридическом плане говорить именно о форме права, а уже потом об источнике права, то есть формула «источник (форма) права» должна быть заменена на формулу «форма (источник) права». Здесь форма рассматривается как источник права, поскольку без надлежащей формы право не может функционировать.

Все источники равнозначны, поскольку без одного не смог бы появиться другой, и вряд ли правильно в этой связи выделять нормативный акт в качестве «ведущего источника» [4, с. 225].

Таким образом, к источникам права относятся: 1) жизнедеятельность человека как разумного существа (биологический источник); 2) материальные условия жизни людей (материальный источник); 3) общественные отношения (социальный источник); 4) нормативные акты (формально-юридический источник).

С учетом изложенного **сущность естественных прав** заключается в отражении в нормативных актах биологической природы человека, его свойств как разумного существа, ряда высших социальных благ, сформировавшихся в обществе. Естественное право, как и любое субъективное право, сохраняет и такие сущностные черты, как выражение в конечном счете воли народа, требования общественного мнения, а также наличие правопритязаний (правомочий), возникающих у субъекта на основе норм объективного права.

В результате обобщенное **понятие естественного права человека** определяется следующим образом: *это субъективное неотчуждаемое право, получаемое человеком от рождения, которое реализуется им непосредственно, объективно и удовлетворяет одну из высших социальных ценностей или потребностей, исходящих из природы человека, также сформировавшихся в процессе общественного развития.*

В числе естественных прав особое место занимает право на жизнь. Это «первейшее право» (Ф.М. Рудинский) находится на вершине естественно-правовой, как и в целом субъективно-правовой пирамиды, что вполне понятно: при лишении жизни все другие права теряют смысл. Наряду с правом на жизнь наиболее значимыми естественными правами являются права на свободу, на достоинство личности, на личную неприкосновенность, зафиксированные в международно-правовых документах по правам человека, а также в Конституции России (ст. 20, 21). Более того, именно эти права человека, абсолютно справедливо поставленные в первый ряд в перечне конституционных прав и свобод, исчерпывают круг обобщенных, целостных естественных прав человека, являются первичными естественными правами.

Все другие естественные права представляют собой так называемые вторичные права, исходящие из основных, первичных, либо входящих в первичные в качестве их частей, составляющих. Например, право на охрану здоровья (ст. 41 Конституции России), право на благоприятную окружающую среду (ст. 42) можно считать компонентами права на жизнь. Свобода передвижения (ст. 27), свобода мысли (ст. 29) – составляющие обобщенного понятия свободы. Право на защиту доброго имени (ст. 23) вытекает из права на достоинство личности. Право на неприкосновенность частной жизни (ст. 23), право на неприкосновенность жилища (ст. 25) – части права на личную неприкосновенность. Указанные обстоятельства дают основание выделить естественные права человека на жизнь, свободу, достоинство личности и личную неприкосновенность в качестве фундаментальных человеческих ценностей и поставить их в один иерархический ряд.

Использованные источники:

1. Венгеров А.Б. Теория государства и права. М., 2002. С. 398.
2. Спиридонов Л. И. Теория государства и права. М., 1995. С. 138.
3. Марченко М.Н. Понятие источника права и его соотношение с формой права // Источники (формы) права: вопросы теории и истории. Материалы научной конференции. Сочи, 2002. С. 80-92.
4. Теория права и государства / Под ред. Н.А. Катаева, В.В. Лазарева. Уфа, 1994. С. 225.

*Урбаева А.П., к.филол.н.
ст. преподаватель
кафедры европейских языков
Бурятская Государственная Сельскохозяйственная
Академия им. В.Р. Филиппова
Россия, г. Улан-Удэ*

РЕДУПЛИКАЦИЯ КАК ХАРАКТЕРНЫЙ ПРИЗНАК АВТОНОМНОЙ ДЕТСКОЙ РЕЧИ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

В статье рассматривается функционирование редупликатов в детской речи. Автор определяет редупликацию как неотъемлемую часть автономной детской речи. Выделяются основные тематические группы использования «детских» редупликатов. Затрагивается вопрос использования указанных лексических единиц в речи взрослых.

Ключевые слова: детская речь, редупликация, полные редупликаты, словообразование, словотворчество.

The article discusses the functioning of the reduplication in the child's speech. The author defines the reduplication as an integral part of autonomous child's speech. The main thematic groups among "children" reduplicative words

are singled out. The issues involves the use of these lexical items in the speech of adults.

Keywords: children's speech, reduplication, full reduplicative words, word formation, word creation.

Среди основных характеристик детского языка в первую очередь выделяется - редупликация, представляющая собой «фономорфологическое явление, состоящее в удвоении начального слога (частичная редупликация) или целого корня (полная редупликация). Предельный случай редупликации - *повтор*, т. е. удвоение всего слова Редупликация свойственна языкам различного строя, её функции многообразны: она может выражать грамматические значения; чаще редупликация выступает как средство варьирования лексического значения, выражая интенсивность, дробность, уменьшительность и т. п.» [2, с. 408].

Слова из так называемого детского языка стоят по отношению к другим группам несколько обособленно и само название «детский язык» носит условный характер. Предпочтительнее использование термина «детская речь». «Детская речь – особый этап онтогенетического развития речи, речь детей дошкольного и младшего школьного (до 8-9 лет) возраста» [5].

Некоторые «детские» редупликаты широко применяются в молодежном сленге, однако часто с совершенно другим значением:

balla-balla [zu Ball, in Anspielung auf die Kindertümlichkeit dieses Wortes] (salopp, bes. Jugendspr.): nicht recht bei Verstand;

Pipimädchen, das (Pipigirl): junges, unerfahrenes, unreifes Mädchen.

В словарях с пометой *Kinderspr.* зафиксированы большей частью полные реудпликаты: *Aa*, *Mama*, *Papa*, *ata-ata gehen*, *baba*, *bäbä*, *Vaba*, *aua-aua*, *der Bimbim*, *killekille*, *Popo*, *Wauwau*, *Töffttöff*, *Kiki*, *Lulu*, *Pipi*, *Putput*, *Wehweh*, *happa-happa*, *ballaballa*, *Bobo*.

Следует заметить, что «ранние речевые проявления маленького ребенка независимы от социума, идентичны у всех людей мира, как слышащих, так и глухих от рождения. Первые детские слова проявляются как слабо оформленные звукокомплексы на фоне продолжающегося лепета и разговора-пения. По своей акустической форме они обычно близки лепетным проявлениям (типа рус. ма-ма, па-па, ба-ба) и получили название «нянечные слова» [3, с. 66]. Сравним так называемые «нянечные слова» (нем. *Lallwörter*) в немецком языке: *Ma-ma*, *Pa-ra*, *A-a*.

В словах подобного вида в большей мере употребляется самый легкий для произнесения гласный «а», поскольку при его произнесении ротовая полость находится в естественном открытом положении. Среди согласных доминируют в основном смычные и носовые. Слова такого типа образуются не из односложных слов, а как единства для обозначения предметов, лиц и качеств. В этом случае речь идет о словотворчестве, а не о

словообразовании.

«Принципиальное отличие первых слов от лепета - в их «осмысленности», отмечаемой окружающими. Первые детские слова могут обозначать целую ситуацию, одновременно с этим одно и то же слово может относиться ко многим ситуациям» [3, с. 66].

Первые детские слова употребляются изолированно, не образуют последовательностей, не имеют словообразовательных форм, в редких случаях используются примитивные аффиксы. Данную особенность можно отнести не только к немецкому, но и к русскому языку. Можно воспринимать повторы в детской речи как своеобразную имитацию языка взрослых, некий упрощенный вариант языковой нормы, поэтому, как было отмечено выше, присущи они не какому-либо определенному языку, а в определенной степени всем языкам.

«Автономная детская речь – это языковая подсистема, которую речевой коллектив считает пригодной в основном для общения с маленькими детьми; она включает в себя интонационные признаки, модификации литературного языка и набор специфических лексических единиц» [4]. Можно выделить несколько групп: термины родства (Papa, Mama, Opa), функции тела (aa machen), некоторые простые качества (bäh) и слова, относящиеся к животным (Muhkuh, die Buhkuh, Kikeriki, Putput, Wauwau, Trapptrapp), детские игры, и связанные с ними лексические единицы (hopsasa, killekille, bitte, bitte machen, planschi-planschi machen, winki, winke).

В автономной детской речи удвоение обычно самостоятельно и не соотносится с редупликацией в литературном языке. Наиболее широко представленные семантические поля специфического словаря автономной детской речи, как было упомянуто выше, включают родство, пищу, части тела:

Aa, das; [lautm.] (Kinderspr.): feste menschliche Ausscheidung, Kot;

ata: (Kinderspr.) in der Verbindung a. [a.] gehen: spazieren gehen;

happa-happa, happen [zu Happen] (niederd. veraltend): zubeißen, abbeißen, zuschnappen.

Wehweh, das; (Kinderspr.): schmerzende Stelle; kleine Verletzung, Wunde: ein W. haben;

Как можно заметить, детские слова в основном представляют собой слова звукоподражательного характера (Bimbim, Bimbam, Puffpuff, Ticktack), в особенности, если речь идет об обозначении животных (Muhmuh, Wauwau, Meckmeck, Muschimuschi). Они близки внеязыковым рефлексорным движениям и крикам, а также командам для животных.

Уже было указано на то, что авторами «детских» редупликатов не всегда являются дети. Например, язык мультфильмов и детских телепередач формируется с учетом лингвистических и психологических особенностей речи детей соответствующего возраста. Обращает на себя внимание

использование элементов языковой игры. С одной стороны, это фонетическая игра – аллитерация и ассонанс, редупликация, типичная для детской разговорной речи в целом.

«На редупликации аллитерации построены и имена персонажей: Bim Bam Bino, Li-La-Launebär. Bugs Bunny, Benjamin Blümchen, Bernhard und Bianca, Donald Duck, Dagobert Duck, Fix und Foxi, Micky Maus, Lucky Luke, Max und Moritz, Peter Pen, Paul und Pauline, Regina Regenbogenm Rin Tin Tin» [1, с. 101].

Слова, имитирующие манеру детского словотворчества, образованные взрослыми для детей, приобретают определенную окраску. Детская речь пользуется более ярким, более «маркированным» способом выражения понятий. При использовании в речи взрослых, детские слова приобретают оттенок не ласкательности, а пейоративности, снисходительности, осуждения, сюсюканья, инфантильности, наивности, детскости.

Таким образом, удвоение встречается на первых этапах «онтогенетического» развития языка – в детской речи. Редупликаты характеризуются своей ситуативностью, многозначностью, в некоторых случаях неопределенностью. Несмотря на то, что редупликаты, как можно подумать, являют собой некие искаженные варианты слов литературного языка, редупликация в автономной детской речи служит обязательным инструментом овладения родным языком.

Использованные источники:

1. Амзаракова И.П. Языковой мир немецкого ребенка: Учеб. Пособие для студентов / И.П. Амзаракова. Абакан: Изд-во Хакасского государственного университета, 2004. 240 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. 685 с.
3. Ушакова Т.Н. Теоретические основания возрастной психолингвистики. В сб.: Онтогенез речевой деятельности: норма и патология. Под ред. Л.И. Беляковой. М.: «Прометей», 2005, ч. 1, с. 64-71
4. Фергюсон Ч. Автономная детская речь в шести языках. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/ferguson-75.htm> (дата обращения 10. 03.2016)
5. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. 688 с. [Электронный ресурс] URL: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru/description/detskaia%20rech/155> (дата обращения 10. 03.2016)

*Усманов А.С., д.э.н.
профессор
кафедра «Финансы и кредит»
Ташкентский филиал
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»*

РАЗВИТИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО АНТИМОНОПОЛЬНОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация. Законодательные основы антимонопольного регулирования в Узбекистане берут свое начало с 1992 года, с принятием Закона «Об ограничении монополистической деятельности». Затем в 1996 году принят Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». В настоящее время действует третий, принятый в 2012 году, Закон «О конкуренции». В статье раскрываются изменения произошедшие в этих законах и, в связи с этим, какие дополнительные функции возлагались на систему антимонопольных органов.

Annotation. Legislative antimonopoly regulatory framework in Uzbekistan has its origins in 1992, with the adoption of the Law "On Restriction of Monopolistic Activity".

Then, in 1996, it adopted the Law "On competition and restriction of monopolistic activity on commodity markets". Currently, there are three, adopted in 2012, the Law "On Competition".

The article describes the changes occurring in these laws and, therefore, how additional functions assigned to the antimonopoly bodies system.

Ключевые слова. Антимонопольное законодательство, система антимонопольных органов, товарные и финансовые рынки, конкуренция, добросовестная конкуренция, недобросовестная конкуренция, конкурентная среда.

Key words. Antimonopoly legislation, antimonopoly enforcement system, commodity and financial markets, competition, fair competition, unfair competition, the competitive environment.

В ходе реформ, проведённых в течение первой половины 1990-х годов, в Узбекистане были созданы основные институциональные предпосылки развития экономической конкуренции. Из них важнейшее значение имеют либерализация цен, упразднение государственной монополии, реструктуризация и приватизация государственных предприятий, и их приспособление на ведение хозяйственной деятельности, основой которой являлись рыночные принципы (т.е. конкуренция и т.п.). Кроме того, другими основными тенденциями являлось изменение источников капитала, происходившее на фоне отказа от централизованного субсидирования и выделения бюджетных средств.

Одной из важнейших задач на первом этапе реформ было создание правовых основ контроля и ограничения монополистической деятельности. В связи с этим, 2 июля 1992 года был принят специальный Закон «Об ограничении монополистической деятельности». [1] Он определил правовые основы ограничения и предупреждения монополизма, недопущения

недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности и осуществление государственного контроля соблюдения норм антимонопольного законодательства.

Государственный контроль соблюдения антимонопольного законодательства был возложен на Главное управление по антимонопольной и ценовой политике при Министерстве Финансов Республики Узбекистан.

В 1996 году на базе Главного управления по антимонопольной и ценовой политике был образован Комитет по демополизации и развитию при Министерстве финансов. В то же время на Комитет были возложены дополнительные функции и права по проведению контроля соблюдения законодательства о защите прав потребителей, о естественных монополиях и рекламной деятельности.

С учётом этого и происходящих изменений в экономике, Олий Мажлисом Республики Узбекистан в декабре 1996 года был принят новый Закон Республики Узбекистан «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»,^[2] а также нормативные документы, детализирующие сферу деятельности антимонопольных органов. При разработке новой редакции Закона был задействован не только отечественный, но и зарубежный опыт, в том числе стран с развитой рыночной экономикой. Положения нового Закона были направлены на регулирование отношений в двух основных направлениях:

-осуществление контроля и недопущение злоупотребления монопольным положением;

-создание организационных, экономических и правовых условий для формирования конкурентной среды в экономике.

Наряду с экономическими реформами в стране, антимонопольный орган всё больше стал проявлять свою значимость в обеспечении устойчивого экономического роста страны. В связи с этим, в августе 2000 года, согласно Указа Президента Республики Узбекистан «Об образовании Государственного комитета Республики Узбекистан по демополизации и развитию конкуренции (№УП-2676 от 2 августа 2000 г.) и Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об организации деятельности Государственного комитета Республики Узбекистан по демополизации и развитию конкуренции (№300 от 2 августа 2000 г.)», антимонопольный орган был выведен из системы Министерства финансов и преобразован в самостоятельный государственный орган.

В 2005 году в деятельности антимонопольного органа произошли существенные изменения, в частности, Указом Президента Республики Узбекистан от 30 апреля 2005 года №УП-36-02 «Об образовании Государственного комитета Республики Узбекистан по демополизации, поддержке конкуренции и предпринимательства» на него возложены новые функции по поддержке предпринимательства, созданию условий для ускоренного развития частного сектора, разукрупнению и реструктуризации

крупных предприятий-монополистов, осуществлению государственного регулирования в области банкротства предприятий. Данный Указ не только изменил правовой статус Госкомдемонополизации, но и определил новые задачи и направления деятельности.

В целях дальнейшего совершенствования системы антимонопольного регулирования, последовательного развития конкурентной среды, усиления контроля за деятельностью предприятий естественных монополий и недопущения необоснованного завышения цен хозяйствующими субъектами, активизации работы по финансовому оздоровлению экономически несостоятельных предприятий Указом Президента Республики Узбекистан от 26.02.2010 года №УП-4191 Государственный комитет Республики Узбекистан по демополизации, поддержке конкуренции и предпринимательства был вновь преобразован в Государственный комитет Республики Узбекистан по демополизации и развитию конкуренции, основными задачами и направлениями которого явились:

- реализация эффективной антимонопольной политики, осуществление контроля соблюдения законодательства об ограничении монополистической деятельности и о естественных монополиях;

- осуществление мер по дальнейшему совершенствованию правового поля для развития в республике конкурентной среды, пресечению недобросовестной конкуренции на рынках товаров (работ, услуг), в первую очередь на внутреннем потребительском рынке и в сфере рекламы, недопущению неправомерных действий со стороны органов государственного управления и государственной власти на местах в отношении хозяйствующих субъектов, обеспечению в тесной координации с общественными структурами защиты законных интересов и прав потребителей;

- проведение глубокого анализа финансово-экономического состояния и конкурентоспособности экономически несостоятельных предприятий, осуществление функций по реструктуризации и банкротству хозяйствующих субъектов, представление интересов государства при рассмотрении вопросов реструктуризации, санации и банкротства.

В докладе Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране» (13 ноября 2010 года) отмечено: «В развитии конкуренции, которая лежит в основе рыночных отношений, большую роль играет антимонопольное законодательство. Однако действующий у нас Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» устарел и не отвечает современным требованиям. Нам необходимо разработать и принять новый Закон «О конкуренции», в котором ввести нормы,

регулирующие монополистическую деятельность не только на товарных, но также и на финансовых рынках, ввести нормы по антимонопольному регулированию биржевых торгов, упростить процедуры контроля и регулирования сделок слияния, присоединения и покупки акций». [3]

В связи с данной поставленной задачей в самом начале 2012 года в Республике Узбекистан принят новый Закон «О конкуренции» (06.01.2012 г. N ЗРУ-319), [4] согласно которому антимонопольный закон впервые был распространен на рынки финансовых услуг.

Далее в целях совершенствования государственного регулирования в области конкуренции на товарных и финансовых рынках Кабинетом Министров Республики Узбекистан были утверждены следующие положения.

1. «Положение о порядке признания доминирующего положения хозяйствующего субъекта или группы лиц на товарном или финансовом рынке и ведения Государственного реестра хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном или финансовом рынке» определяющее порядок и условия признания доминирующего положения хозяйствующего субъекта или группы лиц на товарном или финансовом рынке, а также порядок ведения Государственного реестра хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном или финансовом рынке.

2. «Положение о порядке определения монопольно высоких и монопольно низких цен услуг на финансовом рынке» предусматривающее порядок определения монопольно высоких и монопольно низких цен услуги, оказываемой хозяйствующим субъектом или группой лиц, занимающими доминирующее положение на финансовом рынке.

3. «Положение о порядке выявления согласованных действий и сделок, ограничивающих конкуренцию», определяющее порядок выявления согласованных действий и сделок, ограничивающих конкуренцию, между:

- хозяйствующими субъектами, конкурирующими на товарном или финансовом рынке, в том числе являющимися потенциальными конкурентами;

- не конкурирующими хозяйствующими субъектами, один из которых занимает доминирующее положение на товарном рынке, а другой является продавцом или покупателем;

- хозяйствующими субъектами и органами государственного управления, органами государственной власти на местах, объединениями юридических лиц.

4. «Положение о порядке рассмотрения вопросов принудительного разделения или выделения хозяйствующих субъектов», определяющее порядок рассмотрения вопроса о принудительном разделении или выделении хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном или финансовом рынке.

5. «Положение о порядке рассмотрения и получения предварительного согласия на совершение сделок по приобретению акций (долей) в уставном фонде (уставном капитале) и иных имущественных прав хозяйствующих субъектов», определяющее порядок рассмотрения и получения предварительного согласия на совершение сделок по приобретению лицом (группой лиц) акций (долей) в уставном фонде (уставном капитале) и иных имущественных прав, участниками которых являются юридические и физические лица.

Таким образом, в Республике Узбекистан созданы и имеются все необходимые нормативно-правовые инструменты по регулированию не только товарных, но и финансовых рынков.

Использованные источники:

1. Закон Республики Узбекистан «Об ограничении монополистической деятельности». Газета «Народное слово», 3 июля 1992 года.
2. Закон Республики Узбекистан «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Газета «Народное слово», 28 декабря 1996 г.
3. Каримов И.А. «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране». Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан. Газета «Народное слово», 13 ноября 2010 года.
4. Закон Республики Узбекистан «О конкуренции». Газета «Народное слово», 7 января 2012 г.

Файзиев З.А., к.э.н
доцент

кафедра «Финансы и кредит»

Ташкентский филиал

РЭУ им.Г.В.Плеханова

Республика Узбекистан, г. Ташкент

ПУТИ АКТИВИЗАЦИИ РЫНКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация

В статье рассмотрены резервы активизации рынка государственных ценных бумаг Узбекистана. Проанализированы значимость и перспективность муниципальных ценных бумаг.

Abstract

Reserves of activization of state securities market of Uzbekistan are considered in article. The importance and prospects of municipal securities are analyzed.

Ключевые слова: *социальная сфера; рынок ценных бумаг; ценные бумаги, государственные ценные бумаги; муниципальные облигации;*

инвестор.

Keywords: *social sphere; securities market; securities, government securities; municipal bonds; investor.*

За последние 10 лет ежегодный рост ВВП в Республике Узбекистан не опускался ниже 8%, что требует соответствующих инвестиционных вложений.

В опубликованных Всемирным банком рейтингах деловой среды, в рейтинге «Ведение бизнеса» Узбекистан всего за один год поднялся на 16 пунктов и занял 87-е место [1]. Одним из направлений по активизации работы по привлечению инвестиций является, на наш взгляд, внутреннее долговое финансирование через рынок государственных ценных бумаг.

Важнейшим резервом активизации рынка государственных ценных бумаг Узбекистана является включение средств населения на данный рынок.

Анализ зарубежного опыта выпусков государственных ценных бумаг в целях привлечения средств населения позволяет сделать следующие выводы:

- основная масса эмитируемых правительствами зарубежных стран государственных ценных бумаг предназначена для одновременного размещения их среди институциональных инвесторов и населения;

- привлечение сбережений населения на рынок государственных ценных бумаг происходит в форме коллективного инвестирования и в форме прямого привлечения средств населения;

- в экономически развитых странах наибольшее распространение получили пенсионные и страховые компании, а также инвестиционные фонды;

- размещение государственных ценных бумаг среди населения развитых стран происходит с учетом социальной направленности функционирования экономики;

- стремительное развитие электронного документооборота произошло и в секторе государственных облигаций фондового рынка.

Одним из наиболее существенных аспектов развития рынка государственных ценных бумаг в последние годы является формирование структуры инвесторов с преобладающей долей пассивных участников рынка, не имеющих первичной задачи проведения активных операций на вторичном рынке.

Принятие в 2005 году ряда законодательных актов, предусматривающих реформирование пенсионной системы и введение накопительной части трудовой пенсии позволяют привлечь значительные ресурсы с целью высоконадежного вложения со стороны пенсионного фонда в государственные ценные бумаги

Теоретически проведение облигационных займов позволяет правительству решить ряд важнейших задач как долгосрочного, так и оперативного характера. Эмиссия облигаций способствует снижению процентных ставок по заемным ресурсам. Широкий круг инвесторов

обеспечивает возможность заимствования на более предпочтительных условиях по сравнению с привлечением на эти цели прямых кредитов коммерческих банков.

Проведение облигационных займов может стать реальным механизмом формирования и модернизации промышленной структуры экономики регионов. Также эмиссия облигаций позволяет решить проблему трансформации сбережений населения в инвестиции.

В условиях ограниченного доступа предприятий республики на международный рынок капитала именно государственные облигации могут стать одним из наиболее перспективных инструментов привлечения иностранных инвестиций. Практически пока удается с помощью облигационных займов только финансировать текущие расходы своих бюджетов (выпускаются в основном обязательства общего покрытия), при этом в большинстве случаев отсутствуют конкретные гарантии погашения займов, недостаточно четко определены цели выпуска облигаций, нет информации об инвестиционных возможностях региона, не осуществлялось стратегическое планирование.

Одной из причин относительно низкой популярности среди инвесторов является слабая ликвидность государственных ценных бумаг на вторичном рынке, во многом определяемая неразвитостью расчетно-депозитарной структуры.

Из-за неразвитости фондового рынка, растущие личные накопления до сих пор не смогли обеспечить соответствующий объем инвестиций. Наиболее популярным объектом частных вложений по-прежнему остаются вклады на депозиты. Практически нет инвестиционно-ориентированных займов столь необходимых в условиях неразвитости промышленности.

Значимость и перспективность муниципальных ценных бумаг как составной части финансового сектора национальной экономики подтверждается богатым опытом выпуска и обращения данного вида фондовых инструментов, особенно это характерно для США [2].

Однако к такому объему новых эмиссий пока не готов, как сам отечественный рынок государственных ценных бумаг, так и его инвестиционно-финансовая инфраструктура, хотя возможность привлечения значительного объема относительно недорогого капитала путем выпуска муниципальных ценных бумаг может стать одним из ключевых компонентов развития региональной экономики Узбекистана.

Предоставляя территориальным органам власти чисто рыночный механизм перемещения капитала, рынок муниципальных ценных бумаг автоматически содействует формированию благоприятного инвестиционного климата, появлению конкурентной среды и оптимальной трансформации региональной экономики, укреплению местных бюджетов, обеспечению оптимального движения финансовых потоков в масштабе областей.

С помощью выпусков отдельных муниципальных ценных бумаг, возможно, осуществлять полное финансирование развития целых отраслей или направлений социально-экономического развития территорий (жилищное строительство, гостиничный бизнес, транспортные комплексы, объекты торговли и бытового обслуживания).

Крайне важным является тот факт, что через перемещение капитала посредством ценных бумаг в наиболее конкурентоспособные отрасли народного хозяйства в долгосрочном плане можно определить наиболее рентабельную сферу экономической деятельности не только региона, но и страны в целом.

В краткосрочном плане эффектом от использования муниципальных ценных бумаг можно прогнозировать повышение уровня ликвидности на национальном фондовом рынке через приобретение рейтинга надежности в виде устойчивого дивиденда, перспективности развития инвестиционно-финансового потенциала областей и т.д.

Учитывая существенный социально-экономический эффект, который могут обеспечить муниципальные ценные бумаги государственным органам на местах следует уделить более пристальное внимание данному сегменту отечественного фондового рынка.

Главным направлением использования муниципальных ценных бумаг в Республике Узбекистан могло бы стать максимальное использование территориального ресурсного потенциала (трудовые, природные, интеллектуальные, историко-культурные ценности), а также эффективное задействование собственных финансовых ресурсов предприятий и населения.

Внимательно отслеживая ситуацию на финансовом рынке республики, с уверенностью можно сказать, что развитие его идет поступательно и такой финансовый инструмент, как муниципальные облигации, будет востребован в ближайшей перспективе.

Использованные источники:

1. Каримов И.А. Доклад Президента Республики Узбекистан на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год // газета «Правда Востока» №11 (6416) от 16 января 2016 года.
2. Матвеева Л.Г., Чернова О.А. Механизм финансирования социальной сферы периферийных территорий Юга России // TERRA ECONOMICUS 2013. №2-3 – С.82 – 86.

*Фетюхин В. И.
студент-бакалавр
Шашнев П.Д.
студент-бакалавр*

*Половой К.А.
студент-бакалавр
Южный Федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону*

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКОНОМИКИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ.ВНУТРЕННИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ РЕГИОНА

В данной статье рассматривается, как развивается экономика Ростовской области, а именно ее ВРП, состояние промышленности, сельского хозяйства и АПК, транспорт области. Также рассмотрено малое предпринимательство и внешнеэкономические связи региона.

Ключевые слова: экономика, ВРП, промышленность, сельское хозяйство, предпринимательство, транспорт.

Ростовская область входит в число 15 развитых регионов России. По данным Ростовстата в 2013 году рост ВРП области увеличился на 2,9% по отношению к 2012 году. Это неплохой показатель роста региона, если учитывать, что средний рост регионов по России составляет 1,3%.

**График-динамики физического объёма валового регионального
продукта Ростовской области и России в целом, в 1997—2014 годах, в %
от уровня 1997 года.**

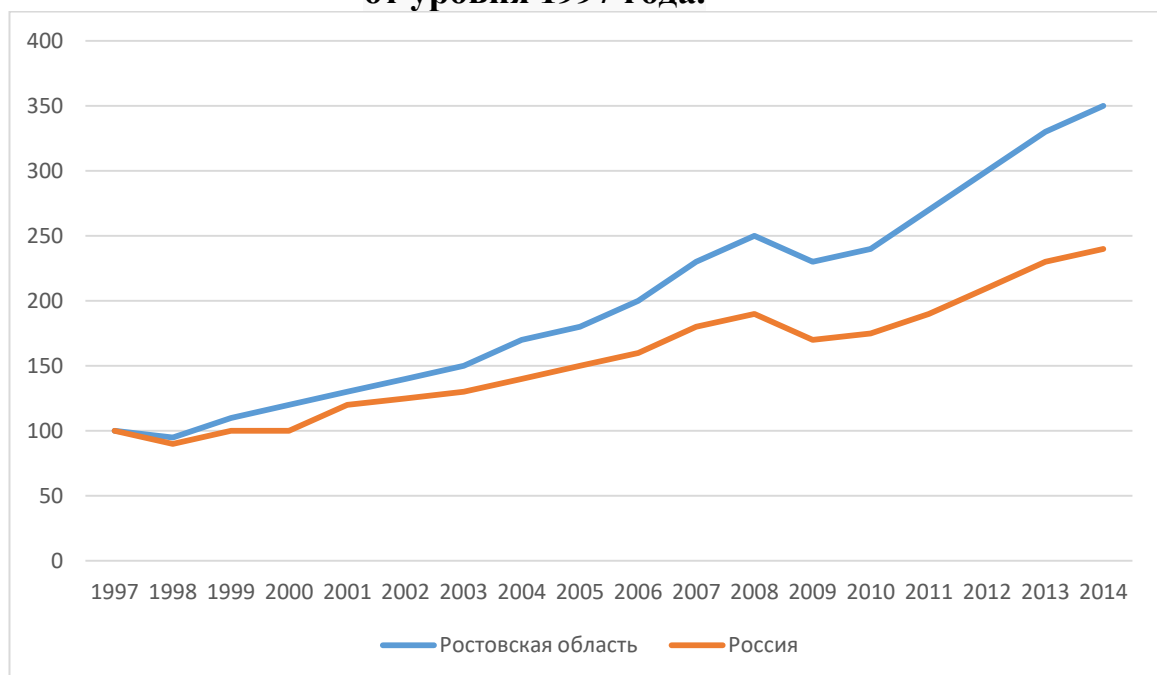


Рисунок 1- Динамика физического объёма валового регионального продукта Ростовской области и России в целом, в 1997—2014 годах, в % от уровня 1997 года.

График (рисунок 1) наглядно показывает, что Ростовская область опережает среднероссийский рост ВРП регионов страны. Рост области обеспечивается за счет развития обрабатывающей промышленности, производства, выработки и распределении электроэнергии, газа и воды, строительства, торговли, как оптовой, так и розничной.

*Динамика ВРП Ростовской области (2010-2014 годы)*²²

Показатели	2010 отчет	2011 отчет	2012 отчет	2013 отчет	2014 оценка
Валовой региональный продукт (валовая добавленная стоимость) в основных ценах, млн рублей	6599667,4	765967,2	843 560,3	923 531,7	988 751,7
Темп роста к 2009 году, %	106,4	113,6	116,5	119,8	123,4

Таблица 1- Динамика ВРП Ростовской области (2010-2014 годы).

Из таблицы (1) видно, что ВРП региона неуклонно растет, это говорит о его устойчивом развитии. С 2009 года по 2013 год ВРП вырос на 19,8%

Структура ВРП Ростовской области

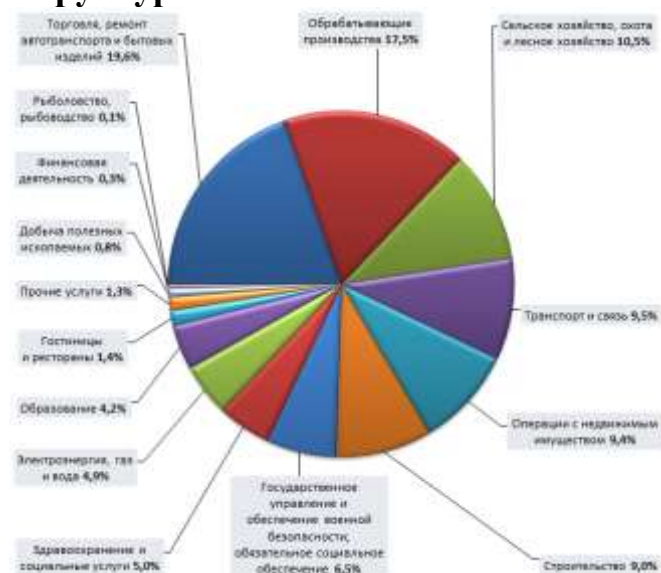


Рисунок 2- Круговая диаграмма структуры ВРП Ростовской Области.

²² Официальный портал Правительства Ростовской области // <http://www.donland.ru>

Как видно из диаграммы (рисунок 2), в структуре ВРП области ведущие позиции занимают такие отрасли, как торговля, ремонт автотранспорта и бытовых изделий (19,6%), обрабатывающие производства (17,5%), сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство (10,5%).

Промышленность-ведущая отрасль Ростовской области. Значение этой отрасли в экономике региона очень высоко, именно эта отрасль создает материальные блага, рабочие места для жителей региона, обеспечивает рост товарной и денежной массы.



Рисунок 3-Виды промышленности Ростовской области.

По данным Росстата промышленность региона создает 28% промышленных товаров Южного федерального округа. *Машиностроение*, как видно из диаграммы (рисунок 3), занимает 23,7% производства от всей отрасли. В области преобладает такое машиностроение, как электровозостроение, комбайностроение, тяжелое вертолетостроение, котлостроение и производство оборудования для атомных и тепловых электростанций

Ростовская область лидирует в России по производству многих видов промышленной продукции:

- зерноуборочные комбайны (62,3 % от общероссийского выпуска);
- магистральные электровозы (57,5 %);
- машины и приспособления для уборки зерновых культур (83,2 %);
- трубы бурильные для бурения нефтяных или газовых скважин из черных металлов (50,4 %);

- пряжа из синтетических штапельных волокон (85,7 %).

Электроэнергетика занимает 20% в промышленной отрасли. ОАО «РОСТОВЭНЕРГО» является главной компанией, удовлетворяющей все потребности региона в электричестве. В ее распоряжение находятся 7 электростанций (1 гидроэлектростанция и 6 тепловых) суммарной установленной мощностью 3 070,8 МВт. Основные электростанции — Волгодонская ТЭЦ (420 МВт), Ростовская ТЭЦ-2 (160 МВт), Несветай ГРЭС (105 МВт), Цимлянская ГЭС (204 МВт), Ростовская АЭС.

Черная металлургия ее доля составляет 6,5% промышленной отрасли. Наиболее крупные предприятия: ОАО «Таганрогский металлургический завод» (различные виды труб, в том числе бурильные, обсадные), ОАО «Белокалитвинское металлургическое производственное объединение» (объекты котлонадзора, паровые и водогрейные котлы, сосуды, работающие под давлением, подъемные сооружения, грузоподъемные краны, подъемники (вышки), оборудование металлургической промышленности, цапфы чугуновозов, стальных ковшей, металлоразливочных ковшей).

Топливная промышленность 5,4 % доля, занимаемая в промышленной отрасли. В регионе действует 40 нефтебаз, 75 нефтескладов и около 490 АЗС. Большую долю занимает добыча угля, объем добычи 4% от общероссийских объемов. Производственная мощность предприятий по добыче угля достигает 13,6 млн тонн.

Пищевая промышленность доля отрасли в промышленном производстве составляет 21,2 %. В пищевой и перерабатывающей промышленности действует 270 предприятий, около 1 000 организаций малого бизнеса, осуществляющих производство и переработку молочной, мясной, рыбной, ликероводочной и безалкогольной продукции, хлебобулочных, кондитерских, макаронных, табачных изделий.

Сельское хозяйство и АПК.

Наш регион один из крупнейших сельскохозяйственных регионов Российской Федерации. Численность населения области составляет 4,2 млн человек, из них 1,4 млн человек — это жители сельской местности. Почвенные ресурсы области очень богаты. В регионе преобладают черноземные и каштановые почвы. Чернозем занимает 64,2% от общего числа почв, а средняя толщина плодородного слоя составляет 40-80 см. Сельскохозяйственные угодья занимают 8,2 млн га, пашня — 5,8 млн га, в том числе орошаемая 228 тыс. га. Доля Ростовской области в общей площади сельхозугодий России составляет 3,9%. По площади сельхозугодий и площади посевов зерновых культур область занимает 2-е место в Российской Федерации, по плодородию пашни — 10 место среди других субъектов Российской Федерации. Почвенно-климатические условия области, несмотря на периодически повторяющиеся засухи, благоприятны для производства сельскохозяйственной продукции.

В сельхозпроизводстве занято 1,7 тысячи сельхоз организаций, 12,9 тысячи крестьянско-фермерских хозяйств, более 2 тысяч индивидуальных предпринимателей, свыше 547 тысяч личных хозяйств граждан. Основная зерновая культура — озимая пшеница, по объемам сбора которой область занимает третье место в России. Широко распространены посевы кукурузы, риса, проса, гречихи и сои. В области хорошо развиты мясомолочное животноводство, свиноводство, птицеводство, пчеловодство. Ведущей технической культурой является подсолнечник.

Транспорт.

Транспортная инфраструктура в области развита, региональная инфраструктура представляет собой сеть железнодорожных и автотранспортных магистралей, в регионе присутствуют как речные, так и морские порты, а также область обладает международным аэропортом расположенном в столице субъекта городе Ростове-на-Дону.

Железнодорожный транспорт. Северокавказская железная дорога является основным перевозчиком как грузов, так и пассажиров. Протяженность путей составляет 3,3 тыс. км.

Морской транспорт. На территории области расположено пять портов, из которых три международных, связывающих регион с пятью морями.

Автомобильный транспорт. Наиболее широко распространённым видом транспорта является автомобильный. Протяжённость автомобильных дорог общего пользования составляет более 11,5 тыс. км. Число автобусов общего пользования на 100 000 человек населения на конец 2009 года в Ростовской области — 33.

Воздушный транспорт. Международный аэропорт, расположенный в Ростове-на-Дону, осуществляет рейсы по внутренним маршрутам и по международным авиалиниям.

Трубопроводный транспорт. По территории Ростовской области проходят нитки трубопроводного магистрального транспорта. Интенсивными тем

Малое предпринимательство.



Рисунок 4- Структура малых предприятий области.

В Ростовской области действует около 25 тыс. малых предприятий. По видам деятельности малые предприятия охватывали практически все отрасли экономики, но основная часть из них сконцентрирована в торговле и общественном питании, промышленности и строительстве. В структуре малых предприятий (рисунок 4) по области 44,2 % относится к отрасли торговли и общественного питания, 14,8 % приходится на промышленность, 11,5 % — предприятия строительства, 3,62 % относится к сельскому хозяйству.

Внеэкономические отношения.

Основные виды товаров, экспортируемых из региона: продовольственные товары и сырье для их производства, древесина и целлюлозно-бумажная продукция, металлы и изделия из них, машины, оборудование и транспортные средства, продукция химической промышленности и каучук, кожевенное сырье, пушнина и изделия из них, текстиль, текстильные изделия и обувь, минеральные продукты. Основные партнеры по экспорту: Алжир, Германия, Греция, Египет, Израиль, Индия, Испания, Италия, Кипр, Турция, Казахстан, Украина. Основные виды товаров, импортируемых в регион: продовольственные товары и сырье для их производства, древесина и целлюлозно-бумажная продукция, металлы и изделия из них, машины, оборудование и транспортные средства, продукция химической промышленности и каучук, кожевенное сырье, пушнина и изделия из нее, минеральные продукты, текстиль, текстильные изделия и обувь. Основные партнеры по импорту: Великобритания, Германия, Греция, Италия, КНР, Турция, Франция.

Таким образом, мы рассмотрели ведущие отрасли Ростовской области, которые занимают значительные доли в Валовом Региональном Продукте.

Рассмотрели на чем специализируется область, подробно рассмотрели такие отрасли как промышленность, сельское хозяйство, инфраструктуру и транспорт, затронули сферу малого бизнеса, предпринимательство. Также затронули внешнеэкономические отношения области с зарубежными странами.

Использованные источники:

1. Официальный портал Правительства Ростовской области // <http://www.donland.ru>
2. Департамент инвестиций и предпринимательства Ростовской области // <http://mbdon.ru>
3. Федеральная служба государственной статистики // <http://www.gks.ru/>
4. Информационный сайт администрации Ростова-на-Дону// <http://rostov-gorod.info/>

Фищенко Р.Р.

магистр

Закирова С.И.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ИСКУССТВО НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

***Аннотация:** В статье рассматриваются вопросы, посвященные искусству владения невербальными средствами общения. Невербальная коммуникация представляется несколькими системами. Знание невербального языка позволяет лучше понять собеседника, предвидеть, как он выскажется, почувствовать необходимость изменений для достижения желаемого результата.*

***Ключевые слова:** невербальное общение, язык, коммуникация, система.*

Общение – одна из составляющих нашей жизни. Человек постоянно общается с друзьями, коллегами, членами семьи, любимыми. Главным в общении является не заучивание правил, а владение культурой взаимоотношений, культурой речи, чтобы кратко и точно, выразительно и

доходчиво передать собеседнику свою мысль.

Альберт Мейерабиан установил, что передача информации происходит за счёт вербальных средств на 7 %, за счёт интонации на 38 %, и за счёт мимики и жестов – на 55%. Профессор Бердсвилл, проведя аналогичные исследования, также выявил, что в среднем человек говорит словами только в течение 10 –11 минут в день, и каждое предложение в среднем звучит не более 2,5 секунд. Таким образом, словесное общение в беседе занимает менее 35 %, а более 65 % информации передаётся с помощью невербальных средств общения. Следовательно, значительная часть «коммуникативного айсберга» лежит под водой, в области невербального общения [1, с.72].

Поэтому для создания целостного представления о процессе общения важно учитывать невербальные способы взаимодействия партнеров, поскольку две трети информации о собеседнике мы получаем, наблюдая за его поведением. Это обусловлено тем, что невербальное общение включает более семисот тысяч *мимических и жестовых движений рук и тела*, что многократно превышает количество слов в нашем родном языке. Более того, «богатейший алфавит» неречевых «слов» говорит об истинном состоянии человека, т.к. имеет рефлекторную природу [2, с.96].

Невербальная коммуникация обычно представляется следующими системами: визуальная, акустическая, тактильная, ольфакторная.

Визуальная система общения включает в себя: жесты, мимику, позы, кожные реакции (покраснение, побледнение), пространственно-временную организацию общения, контакт глазами (визуальный контакт). Эта общая моторика различных частей тела отражает эмоциональные реакции человека, благодаря чему общение приобретает новые нюансы.

Акустическая подразделяется на следующие аспекты: паралингвистическая система (система вокализации, то есть темп голоса, его диапазон, тональность); экстралингвистическая система (включение в речь пауз, а также других средств, как: покашливание, смех, плач).

Тактильная система – прикосновения, пожатие рук, объятия, поцелуи. Ольфакторная система – приятные и неприятные запахи окружающей среды, естественные и искусственные запахи человека [4, с.169].

Знание невербального языка позволяет не только лучше понимать собеседника, но и предвидеть, какую реакцию вызвало услышанное еще до того, как собеседник выскажется, почувствовать необходимость изменений для достижения желаемого результата. Невербальная коммуникация позволяет показать, что вы понимаете посылаемые другими сигналы и ответы на них; проверять собственные предположения о сигналах, подаваемых другими; подавать сигналы обратной связи.

Пользуясь ежедневно десятками жестов, мы почти не задумываемся об их смысле. Известно, что основные коммуникационные жесты во всем мире не отличаются друг от друга: когда люди счастливы, они улыбаются, когда печальны – хмурятся, когда не знают или не понимают, о чем идет речь –

пожимают плечами. Однако нередко одно и то же выразительное движение у разных народов способно иметь и различное значение, и легкомысленное обращение с обычными для нас жестами может привести к неожиданным последствиям [3, с. 54].

Вывод. Учиться понимать язык невербального общения важно по нескольким причинам. Во-первых, словами можно передать только фактические знания, но чтобы выразить чувства, одних слов часто бывает недостаточно. Они передаются на языке невербального общения. Во-вторых, знание этого языка показывает, насколько мы умеем владеть собой. Невербальный язык скажет о том, что люди думают о нас в действительности. Невербальное общение ценно особенно тем, что оно спонтанно и проявляется бессознательно. Поэтому, несмотря на то, что люди взвешивают свои слова и контролируют мимику, часто возможна утечка скрываемых чувств через жесты, интонацию и окраску голоса. То есть, невербальные каналы общения редко поставляют недостоверную информацию, так как они поддаются контролю в меньшей степени, чем словесное общение.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Язык жестов в деловом общении. /Актуальные вопросы профессиональной коммуникации в государственном и муниципальном управлении. Сборник научных статей научно-практической конференции. – Уфа: БАГСУ, 2010. – С.72 – 76.
2. Игебаева Ф.А. Деловые коммуникации в формировании коммуникативной компетентности современного специалиста агроуниверситета. // Репликация культуры общества в контексте профессионального образования. Книга 2. Коллективная монография. – Георгиевск: Георгиевский технический институт, 2013. – С.78 –113.
3. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений [Текст]: учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 368 с.
4. Кузнецов, И. Н. Деловое общение. Деловой этикет [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / И. Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.- 431 с.

Халтаева С.Р., д.э.н.

доцент

Хардаев Н.Э., к.э.н.

доцент

*ФГБОУ ВПО «Восточно-Сибирский государственный
университет технологий и управления»*

Россия, г. Улан-Удэ

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Аннотация: В статье определены требования к формированию

стратегии, рассмотрен процесс формирования и реализации стратегии. На основе процессного подхода выделены укрупненные этапы: разработки, принятия и реализации стратегии. Более подробно рассмотрены этапы разработки и принятия стратегии. Определена оптимальная последовательность и обоснованность каждого подэтапа.

Ключевые слова: стратегия социально-экономического развития региона, этапы разработки стратегии, конкурентные преимущества региона, концепция стратегии, сильные и слабые стороны, внешняя среда, стратегическая пирамида

THE MAIN STAGES OF FORMATION OF STRATEGY OF DEVELOPMENT OF REGION

Abstract: The article defines the requirements for the formation of strategy formation and strategy implementation. On the basis of the process approach highlighted the integrated phases: drafting, adoption and implementation of the strategy. In more detail the stages of development and adoption of the strategy. The optimal sequence and the validity of each sub.

Key words: strategy of social and economic development of the region, the stages of strategy development, competitive advantages of the region, concept strategies, strengths and weaknesses, the external environment

Стратегия социально-экономического развития регионов рассматривается как система планируемых мероприятий, направленных на реализацию долгосрочных региональных целей с учетом тесной увязки их с задачами развития государства и рационального вклада регионов в решение этих задач, определяемого реальными предпосылками и ограничениями их развития. Стратегия экономического развития регионов меняется в зависимости от социально-экономической и политической ориентации государства на конкретном этапе развития, складывающихся взаимоотношений федерального центра с субъектами Федерации, внешнеэкономической ситуации, т.е. от системы условий и факторов, влияющих на целевые установки развития общества в рамках единого государства. Кроме этого на стратегию развития регионов, как и на отечественную экономику, как части мирового экономического пространства оказывают влияние процессы глобализации, увеличения интеллектуальной составляющей в результатах производства, опережающего развития сферы услуг, информатизации современного общества, развития сетевых форм организации, истощения традиционных источников социально-экономического роста.

Стратегия регионального развития государства неоднородна по отношению к регионам, его формирующим. Это обусловлено существенными различиями регионов в области обеспеченности ресурсами, структуры хозяйства, уровня развития различных сфер экономики, условий вхождения в рыночную экономику, темпов трансформации форм собственности и т.д. Поэтому стратегия регионального развития государства,

формирует, с одной стороны, основные цели и задачи своего развития на конкретный временной этап, с другой стороны, является основой для разработки в своем составе сбалансированных между собой стратегий экономического развития регионов. В этих условиях все более актуальным становится совершенствование механизма формирования региональной стратегии, учитывающего в комплексе, как особенности развития региона, так и влияние внешнего окружения: межрегиональные процессы и связи, государственную политику, внешнеэкономическую ситуацию.

В современных условиях стратегия социально-экономического развития региона должна:

- синтезировать технологические, экономические, управленческие, экологические и другие аспекты развития региона;
- интегрировать различные стороны и специфику управляемого объекта;
- ориентироваться на достижение обоснованных стратегических целей;
- воплощать в себе передовые научные достижения;
- быть гибкой, учитывать многовариантность стратегических ситуаций;
- концентрировать стратегические и тактические конкурентные преимущества региона;
- быть умеренно рискованной, но не занижающей стратегические преимущества региона.

В систему планов стратегического развития регионов в зависимости от сроков исполнения входят:

- долгосрочная программа социально-экономического развития на 20-25 лет, определяющая приоритеты и перспективы развития региона;
- среднесрочная программа социально-экономического развития на 3-6 лет, содержащая согласованный перечень мероприятий и проектов, которые позволят реализовать намеченные в рамках стратегии цели;
- краткосрочные планы органов власти на год, описывающие первоочередные задачи, которые необходимо решить для выполнения программы социально-экономического развития региона.

На сегодня во всех регионах Сибирского федерального округа Российской Федерации разработаны основные стратегии и комплексные программы социально-экономического развития. Незначительные различия в разработке и формах документов заключаются в сроках разрабатываемых стратегий, в формировании и структуре самих планов и программ.

Управление социально-экономическим развитием региона на основе формирования стратегии и долгосрочных программ является центральной функцией органов власти региона, которая становится все более актуальной. Составление стратегических планов развития с учетом сложности, изменчивости и турбулентности факторов внешней среды дает возможность оценить структурные изменения, минимизировать возможные потери в

случае кризисных проявлений, активно воздействовать на процессы социально-экономического развития, планомерно использовать имеющийся потенциал, ключевые факторы успеха и создавать новые преимущества. К сожалению, региональные органы управления в большей степени поглощены процессом оперативного управления, а поэтапная реализация стратегии, мониторинг выполнения поставленных целей и их корректировка отходит на второй план. Эта проблема обусловлена отсутствием ясного представления о стратегической пирамиде, о процессе формирования стратегии и взаимосвязи его этапов.

Большое значение в формировании стратегической пирамиды имеют стратегии развития макрорегионов. Например, стратегия социально-экономического развития Сибири до 2020 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ № 1120-р от 5 июля 2010 г., определяет основные направления развития сибирских регионов с учетом интеграции их в Евразийскую экономическую зону. В свою очередь, стратегия социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ № 2094-р от 28 июля 2009 г., увязывает развитие сибирских регионов граничащих с регионами Дальнего Востока. В этом программном документе определены основные направления стратегического комплексного развития макрорегиона в части разработки новых месторождений полезных ископаемых, строительства железных дорог и новых электростанций, создания новых производственных мощностей по переработке нефти, газа, лесных ресурсов, цветных и черных металлов. Таким образом, в составе стратегической пирамиды можно выделить государственную стратегию, стратегии макрорегионов и в основе пирамиды - стратегии регионов.

Формирование стратегии социально-экономического развития региона является важным элементом стратегического регионального управления. Процесс формирования и реализации стратегии социально-экономического развития региона включает укрупненные этапы или стадии: разработки, принятия и реализации.

В этап разработки стратегии входят:

- определение целей и задач стратегии;
- анализ и оценка стратегического положения региона: анализ внешней среды, сильных, слабых сторон и конкурентоспособности региона;
- анализ и оценка альтернативных вариантов развития;
- выбор оптимального варианта, определяющего общую концепцию развития региона.

В этап принятия стратегии входят:

- общественные слушания по общей концепции развития региона;
- доработка концепции до плана осуществления стратегии с учетом результатов слушаний;
- принятие стратегии социально-экономического развития региона.

В этап реализации стратегии входят:

- обеспечение обратной связи о реализации стратегии: поэтапные отчеты о реализации, оценка достижения основных параметров стратегии,
- анализ эффективности и результативности, корректировка целей и методов их достижения.

В рамках формирования стратегии социально-экономического развития региона из выделенных этапов нас интересуют этапы разработки и принятия стратегии. Не умаляя значений последующих этапов, необходимо отметить важность и приоритетное значение первого этапа формирования стратегии. Цели стратегического развития характеризуют желательный уровень качества среды проживания в регионе, формируют количественные и качественные ориентиры экономического развития. Цели опираются на количественные и качественные данные, должны быть достаточно гибкими и поддаваться трансформации в зависимости от социально-экономических условий. Общие цели стратегии развития региона трансформируются в более конкретные, которые дают подробные количественные ориентиры и соответствующие критерии, с помощью которых можно контролировать социально-экономическое развитие региона.

Последующий этап анализа и оценки стратегического положения региона основан на анализе факторов внешней среды, сильных и слабых сторон региона. При анализе внешней среды региона, оцениваются благоприятные и неблагоприятные факторы развития региона (географические, экологические, демографические, ресурсные, исторические и пр.), проводится системный анализ внешних социально-экономических возможностей и угроз. С помощью анализа экономической, социальной и институциональной внешней среды уточняются и оцениваются внешние ресурсы, которые можно привлечь для развития региона (финансовые, человеческие, природные, институциональные), ключевые социально-экономические параметры внешней среды (динамика внутреннего регионального продукта, инвестиционный климат, разнообразные риски, инфляция и другие).

При анализе сильных и слабых сторон региона оцениваются результаты осуществления предшествующих стратегий и программ социально-экономического развития региона, выявляются причины успехов и провалов, проводится анализ внутренних преимуществ и слабых сторон региона, анализируются объективные данные о человеческих, природных и экономических ресурсах региона. В рамках стратегического планирования предусматривается использование имеющихся преимуществ региона. Выявляются факторы конкурентоспособности, отличающие данный регион от других, а также возможные новые конкурентные позиции, поддающиеся формированию в процессе управления экономическим развитием. Основной упор делается на создание новых местных преимуществ: развитие рыночной инфраструктуры и линий коммуникаций; безопасность; наличие институтов,

поддерживающих бизнес, и высококвалифицированных кадров; создание благоприятных условий для инвестиций.

На этапе анализа и оценки альтернативных вариантов разрабатываются возможные сценарии, модели, варианты развития региона с учетом прогнозов и тенденций развития внешней среды, основных системообразующих факторов, региональных ограничений и особенностей.

Этап выбора оптимального варианта, определяющего общую концепцию развития региона, связан с разработкой критериев. На основе оптимальной, обоснованной системы критериев должен проходить процесс сравнения альтернативных вариантов стратегии с целью выбора оптимального варианта, который определит концептуальную модель развития региона.

После того, как будет сформулирована концепция стратегии социально-экономического развития региона, общий вывод о стратегических целях, факторах, методах управления и механизме развития необходимо обеспечить процедуру доработки концепции до окончательного варианта на основе широкого ее обсуждения, дополнения и корректировки. В некоторых регионах с этой целью проводят общественные слушания, которые дают возможность желающим принять участие в обсуждении и формировании стратегии, а органам власти увидеть и оценить обратный отклик с целью совершенствования концепции и разработки окончательного варианта стратегии.

Этап доработки концепции до плана осуществления стратегии с учетом результатов слушаний включает:

- уточнение конкретных действий, задач и сроков их решения, расчетов ожидаемых результатов, размеров и источников финансирования, возможных последствий реализации планов и программ;
- разработку действующего механизма контроля и обратной связи как основного элемента эффективной реализации;
- определение исполнителей и ответственных лиц и другие действия, связанные с уточнением и дополнением концепции до окончательного варианта стратегии.

С целью достижения высокого уровня защищенности экономики от непродуманных действий или ошибок разработчиков на этапе доработки необходимо провести независимую оценку основных параметров стратегии. К тому же, это исключит возможность копирования или повторения предыдущих стратегий с подменой количественных данных, а также использования в стратегии необоснованных, завышенных или заниженных показателей.

Заключительным этапом в стадии формирования стратегии является принятие и утверждение стратегии социально-экономического развития региона в правительстве (исполнительном органе) региона.

Соблюдение основных этапов формирования стратегии региона

позволит свести к минимуму риски и угрозы ее реализации в условиях сложности и неопределенности внешней среды. Именно стабильный, эффективный механизм формирования стратегии во многом определяет последующие этапы ее реализации. Качество, своевременность, ритмичность прохождения этапов процесса стратегического планирования обеспечивает качество прохождения последующих процессов.

Социально-экономическое состояние регионов определяется как объективными (макроэкономические условия, положение региона в общественном разделении труда, отраслевая структура, географическое положение, природные ресурсы), так и субъективными факторами, и в первую очередь – технологией и методами регионального управления, в том числе применением эффективного механизма разработки и формирования стратегии. Практика последних лет показала, что регионы, использовавшие прогрессивные методы стратегического планирования и управления, в меньшей степени подвержены кризисным тенденциям. В сложных условиях выхода из кризиса относительное преимущество имели и имеют регионы, использовавшие современные методы прогнозирования, разработки и формирования стратегии.

*Хамидулин М.Б., д.э.н.
зав. кафедрой «Финансы и кредит»
«Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова» филиал в г. Ташкенте
Республика Узбекистан, г. Ташкент*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР УЗБЕКИСТАНА

Аннотация. Правительством Республики Узбекистан поставлена задача реализации не менее 15 процентов акций узбекских акционерных обществ иностранным инвесторам. В статье рассматриваются вопросы повышения инвестиционной привлекательности узбекских эмитентов и вывода эмитированных ими акций на мировые рынки капитала.

Annotation. Government of the Republic of Uzbekistan tasked with the shares of at least up to 15 percent of the Uzbek joint-stock companies to foreign investors. The article deals with issues of improving the investment attractiveness

of Uzbek issuers and the withdrawal of issued shares to the global capital markets.

Ключевые слова. Акционерные общества, акции, депозитарные расписки, иностранный инвестор, корпоративное управление, первичное публичное предложение (IPO).

Key words. Joint-stock companies, shares, depositary receipts, the foreign investor, corporate governance, initial public offering (IPO).

Использование иностранных инвестиций является объективной необходимостью, обусловленной системой участия экономики страны в международном разделении труда, переливом капитала в отрасли, свободные для предпринимательства, и, как правило, сопровождается структурной и технологической модернизацией производств. Не случайно Президент Республики Узбекистан И.А Каримов отметил, что: «Самого серьезного внимания заслуживает работа по привлечению инвестиций, направляемых на реализацию проектов по модернизации, техническому и технологическому обновлению отраслей, структурным преобразованиям в экономике страны»[1.С.2].

Сегодня генеральной линией инвестиционной стратегии государства является привлечение прямых иностранных инвестиций, путем:

- международной кооперации производств, сопровождающейся передачей современных технологий;
- создания предприятий со стопроцентным иностранным участием;
- реализации акций приватизируемых предприятий.

Поскольку более 80 процентов промышленных активов сосредоточено в акционерных обществах, образованных путем разгосударствления и приватизации, принятие постановления Президента Республики Узбекистан от 21.12.2015г. №ПП-2454 «О дополнительных мерах по привлечению иностранных инвесторов в акционерные общества», утвердившего порядок, в соответствие с которым в акционерных обществах доля иностранного инвестора в уставном капитале должна составлять не менее 15 процентов, стало логичным продолжением, проводимой в 2015 году комплексной работы по совершенствованию корпоративного управления, как необходимого элемента повышения инвестиционной привлекательности узбекских акционерных обществ.

Во исполнение данного постановления правительством страны [2] утверждены перечни акционерных обществ, в которых или государственная доля в уставном фонде в установленном размере реализуется иностранным инвесторам, или иностранному инвестору реализуются акции дополнительного выпуска (приложение 1 и 2 к постановлению Кабинета Министров, соответственно).

Реализация акций иностранным инвесторам сам по себе трудный и долговременный процесс, а для акционерных обществ, вошедших в

приложение 2 постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан, он усугубляется рядом специфических проблем, требующих решения на институциональном уровне. Решения требуется принимать незамедлительно, поскольку срок выполнения правительственного поручения ограничен 1 июля 2016 года.

Главная проблема в привлечении иностранных инвесторов в упомянутые акционерные общества заключается в том, что все они находятся в составе отраслевых объединений, вне зависимости от того, как последние называются: акционерные общества (АО «Узбекэнерго», АО «Узкимесаноат», АО «Узбекистон темир йуллари», АО «Узбекенгилсаноат», АО «Узбектелеком»); акционерные компании (АК «Узмахсусмонтажжурилиш», АК «Дори-дармон») и, по сути, являются холдинговыми компаниями, также как и НХК «Узбекнефтегаз», ХК «Узагросаноатмаш-холдинг», ХК «Узвиносаноат-холдинг», со всеми вытекающими из этого особенностями в структуре акционерного капитала и корпоративного управления. Все предприятия, входящие в состав вертикально-интегрированных холдингов являются дочерними и пакеты их акций (от 51 до 100 процентов) контролируются материнской компанией на правах собственности.

Этим объединениям присущи процессы, которые можно охарактеризовать как противоречивые и разнонаправленные. С одной стороны, контролирующий холдинг реализует комплекс мероприятий, направленных на:

улучшение корпоративного управления предприятиями, повышения роли их наблюдательных советов, учета интересов всех групп акционеров;

формирование в составе холдингов (их управляющих компаний) специализированных подразделений (отделов, управлений, департаментов), отвечающих за весь блок корпоративных вопросов всех предприятий холдингов;

придание наблюдательным советам реальных управленческих функций в части стратегического руководства и контроля с выделением для этого необходимых финансовых, организационных, административных, кадровых и других ресурсов (отход от номинального характера советов);

включение наблюдательных советов в процесс согласования интересов, как всех групп акционеров, так и других заинтересованных сторон (региональные органы власти, предприятия-партнеры, другие предприятия холдингов и т. п.);

привлечение в состав наблюдательных советов квалифицированных специалистов в области корпоративного управления (как правило, из состава персонала управляющих компаний холдингов), организация процесса обучения членов советов и соответствующего персонала предприятий (корпоративные консультанты, юридические службы и др.);

разработка и принятие в качестве руководящих качественно новых и

соответствующих современному законодательству внутренних корпоративных документов предприятий (уставы, положения о органах корпоративного управления, различные кодексы и др.);

внедрение практики регулярного проведения очных заседаний наблюдательных советов с рассмотрением реальных вопросов деятельности предприятий (контроль за менеджментом, текущая финансово-хозяйственная деятельность предприятий, системы бюджетирования и бизнес-планирования);

проведение реструктуризации всего бизнеса предприятий с привлечением квалифицированных специалистов, включая реструктуризацию системы управления предприятиями на основе современных принципов управления;

приведение деятельности предприятий в соответствие с требованиями современной нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы корпоративного управления, в том числе в части практики раскрытия информации о деятельности предприятий (ежеквартальные отчеты эмитентов, существенные факты и др.);

внедрение практики реального участия наблюдательных советов в подготовке общих собраний акционеров (предварительное рассмотрение всех документов к собраниям и др.);

внедрение практики согласования с наблюдательными советами кандидатур на ключевые позиции в руководстве предприятиями.

С другой стороны, ряд мероприятий, проводимых контролирующими холдингами, можно охарактеризовать как ведущие к снижению уровня корпоративного управления предприятиями:

управление предприятиями напрямую со стороны управляющей компании холдинга «через голову» наблюдательных советов (прямые указания менеджменту предприятий, в том числе менеджерами среднего звена управляющей компании высшему и среднему менеджменту предприятий), зачастую приводящее к определенной дезориентации менеджмента предприятий;

чрезмерная централизация управленческих решений в руках управляющих холдингом (отход от решения и контроля стратегических задач, разработки методологии решения задач предприятиями в сторону контроля текущих тактических задач предприятий, либо подчинение интересов предприятия интересам холдинга);

чрезмерное включение наблюдательных советов в управление текущей деятельностью предприятий в ущерб перспективе, приводящее к потере инициативы исполнительных органов предприятий, излишней загрузке советов и потере темпов в принятии необходимых решений (менеджмент предприятий начинает самостоятельно вносить на рассмотрение советов вопросы своей компетенции для снятия с себя ответственности);

в большинстве случаев - отсутствие независимых/внешних директоров

в наблюдательных советах предприятий (независимые/внешние директора включаются, как правило, только в советы директоров головных компаний холдингов);

оттеснение других акционеров от участия в управлении предприятиями, реализация «преимущественного права» холдинга в получении информации о деятельности предприятий сверх положенных по закону с ограничением доступа к этой информации других акционеров;

формальное отношение к наблюдательным советам со стороны высшего руководства холдинга (поскольку членами наблюдательного совета являются менеджеры среднего звена управления холдинга) и др.

Кроме того, как правило, холдинг не заинтересован, чтобы предприятия отрасли устанавливали максимальную рентабельность на свою продукцию и/или услуги, реализуемые между предприятиями, входящими в состав холдинга, в рамках отраслевой кооперации. В результате отсутствие прибыли делает практически невозможным выплату приемлемых дивидендов, что делает совершенно бессмысленной покупку акций этих акционерных обществ, инвесторам аутсайдерам.

Одним из направлений повышения инвестиционной привлекательности акций и нивелирования отрицательных последствий стейкхолдерского владения акциями материнскими компаниями холдингов, видится выпуск привилегированных акции с твердо установленным размером выплачиваемых дивидендов для реализации иностранным инвесторам. При этом необходимо предусмотреть включение владельцев данных акций в составы наблюдательных советов, либо дать возможность контролировать защиту своих прав в составе комитета миноритарных акционеров, для чего следует уточнить и закрепить внутренним корпоративным документом полномочия этих комитетов, определенных статьей 82 Закона Республики Узбекистан «Об акционерных обществах и защите прав акционеров».

Предложенная мера, к сожалению, не решит существующей в системе отечественного корпоративного управления проблемы объективной оценки стоимости капитала акционеров, поскольку акции узбекских эмитентов де-факто не котируются на вторичном рынке ценных бумаг. Отсюда, определение цены реализации каждого последующего выпуска акций сталкивается с дисбалансом между номинальной и бухгалтерской (оцененной независимыми оценочными организациями) стоимостями акций.

Недостаток спекулятивного капитала является одним из основных факторов слабого воздействия финансового рынка на процесс формирования цен на акции узбекских эмитентов. По этой же причине активы отечественных акционерных обществ крайне недооценены.

Несмотря на значительное законодательное и инфраструктурное развитие фондового рынка Узбекистана необходимо отметить, что на нем практически отсутствуют инвестиционные институты, осуществляющие

коллективное инвестирование, андеррайтинг, маркет-мейкерские операции, способные на профессиональном уровне оказать содействие хозяйствующим субъектам в быстром размещении и котировке ценных бумаг. Сегодня для отечественных эмитентов «потребность в услугах инфраструктуры обусловлена необходимостью повышения инвестиционной привлекательности выпускаемых ими ценных бумаг и формирования спроса на них со стороны иностранных и отечественных инвесторов» [3.С.20].

Стратегический инвестор чувствует себя увереннее в стране, нерезидентом которой он является, когда имеет потенциальную возможность реализовать принадлежащий ему пакет акций в случае изменения рыночной конъюнктуры, смены профиля предпринимательства, возвращения на родину, наконец. Такой возможности отечественный фондовый рынок, общая капитализация которого (первичный и вторичный) в 2015г. составила 161 млрд. сум [4], на сегодняшний день предоставить не может.

В этой связи, первым шагом к публичному размещению акций должна стать работа по выпуску и реализации депозитарных расписок узбекских эмитентов на мировых рынка капитала. Такая работа позволит во-первых, провести маркетинговую кампанию, своеобразное роуд –шоу (road-schau) в преддверии будущих IPO; во-вторых, воспользоваться налаженной системой котировки ценных бумаг осуществляемой зарубежными профессиональными участниками; в-третьих, получить бесценный опыт работы на ведущих фондовых рынках; в –четвертых, позволит реально оценить активы отечественных акционерных обществ.

Кроме всего прочего, ограниченный выпуск депозитарных расписок не окажет существенного спекулятивного давления на рынок ценных бумаг, оправданные опасения возможного негативного влияния которого на развивающуюся узбекскую экономику регулярно подтверждаются последними событиями на финансовых рынках различных стран.

Предложения, приведенные в данной статье, ни в коей мере не ограничивают перечень множества необходимых действий и государства, и корпоративного сообщества, требующихся для успешного привлечения и, что немаловажно, удержания иностранных инвесторов. Важно, что все они должны проводится комплексно, взаимодополняя друг друга, что собственно и предусматривает Программа мер по коренному совершенствованию системы корпоративного управления, утвержденная Указом Президента Республики Узбекистан от 24.04.2015г. №УП-4720 «О мерах по внедрению современных методов корпоративного управления в акционерных обществах».

Использованные источники:

1. Каримов И.А. «Наша главная цель – несмотря на трудности, решительно идти вперед, последовательно продолжая осуществляемые реформы, структурные преобразования в экономике, создавая еще более широкие возможности для развития частной собственности, предпринимательства и

малого бизнеса» // «Правда Востока» №11 (6416) от 16 января 2016 года.

2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 10.02.2016г. № 33 «О мерах по реализации постановления Президента Республики Узбекистан от 21.12.2015г. №ПП-2454 «О дополнительных мерах по привлечению иностранных инвесторов в акционерные общества»

3. Алиев У.М. Предпосылки и факторы формирования инфраструктуры рынка ценных бумаг в Республике Узбекистан//Международный академический вестник.-Уфа.- №6 (12), 2015.

4. Биржевое обозрение декабрь 2015г. РФБ «Ташкент».

Харитоновна М.Н., к.э.н.

доцент

кафедра «Экономика и финансы»

Самарский государственный университет путей сообщения

Россия, г. Самара

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

В статье исследованы основные методы оценки дебиторской задолженности и обоснована необходимость учета факторов, которые влияют на рыночную стоимость дебиторской задолженности.

Ключевые слова - дебиторская задолженность, денежные средства, кредитоспособность, предоплата, отсрочка.

The article examines the main valuation methods receivables and justified the need to take into account the factors that affect the market value of the receivables.

Keywords-accounts receivable, cash, creditworthiness, advance payment, delay.

В современных экономических условиях проблема управления дебиторской задолженностью для большинства предприятий, функционирующих на территории Российской Федерации, по-прежнему остаётся актуальной. Справедливость этого утверждения подкрепляется тем, что в структуре оборотных активов хозяйствующих субъектов более 50 % приходится на дебиторскую задолженность. Несвоевременная оплата дебиторами своих обязательств, приводит к дефициту денежных средств, увеличивает потребность организации в оборотных активах для финансирования текущей деятельности, ухудшает финансовое состояние. Это, в свою очередь, приводит к необходимости изменения расчетных отношений между организацией и покупателями, выработке рациональной политики предоставления кредитов и инкассации задолженностей.

Состояние дебиторской задолженности, ее размер и качество оказывают существенное влияние на финансовое состояние организации. По российским источникам, дебиторская задолженность в среднем составляет около 33 % всех активов организаций. Уровень дебиторской задолженности

определяется многими факторами: видом продукции и степенью насыщенности ею рынка, емкостью рынка, договорными условиями и принятой системой расчетов на конкретном предприятии, платежеспособностью и аккуратностью дебиторов.

Эффективное управление дебиторской задолженностью достигается за счет: тщательного анализа дебиторской задолженности; эффективного формирования кредитной политики; применения методов инкассации дебиторской задолженности.

Тщательный анализ дебиторской задолженности - оценка уровня и состава текущей дебиторской задолженности предприятия, а также эффективности инвестированных в нее финансовых средств. По нашему мнению, необходимо проводить более тщательный анализ каждого существующего и потенциального контрагента, который позволит определять финансовую устойчивость и платежеспособность предприятий-дебиторов, выявлять отрицательную динамику в их доходах и прибыли, состояние уровня долговой нагрузки, а также определять и формировать условия отгрузки продукции. Данный частный анализ должен быть основан на определении традиционных финансовых показателей, рассчитываемых на основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах (коэффициенты срочной и общей ликвидности, коэффициенты общей рентабельности и рентабельности продукции, коэффициенты долгосрочной и краткосрочной долговой нагрузки, коэффициент автономии, коэффициенты оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей).

В процессе формирования принципов кредитной политики решаются вопросы о форме реализации продукции в кредит и типе кредитной политики по каждой из форм реализации; оценивается кредитоспособность дебиторов; определяются суммы и сроки предоставления кредита; разрабатывается механизм сбора платежей; устанавливается системы скидок за раннюю оплату и штрафов за образование просроченных обязательств. В зависимости от вида деятельности предприятия и существующего подхода к работе с контрагентами перечисленные этапы разработки кредитной политики по-разному трансформируются на практике.

При этом особое внимание нужно уделять оценке кредитоспособности существующих и потенциальных дебиторов с целью минимизации риска образования просроченной, сомнительной и безнадежной дебиторской задолженностей. Для этого следует ранжировать контрагентов по степени риска с использованием методов оценки кредитной истории и финансового состояния. Ранжирование, в свою очередь, основано на присвоении баллов коэффициентам, которые используются в частном анализе контрагентов. Полученная балльная оценка будет соответствовать рейтингу клиента – А, В, С, D и E. В результате определения сводного рейтинга дебитора можно будет сформировать условия отгрузки продукции

предприятия; определить кредитный лимит или сумму предоставляемого кредита; сформировать ценовые условия по предоставлению кредита; определить шкалу штрафных санкций за образование просроченных обязательств.

Политика инкассации дебиторской задолженности является последним составным элементом кредитной политики предприятия. Она связана с постоянным мониторингом дебиторской задолженности и возвратом средств по просроченным счетам.

Стремясь не допустить возникновения просроченных или безнадежных долгов, поставщики могут использовать в своей деятельности следующие способы взимания платежей:

1. направлять уведомительные письма, информирующие клиента об образовании просроченных обязательств;

2. обращаться в специализированные агентства по возврату долгов;

3. применять кредитные инструменты (простые и переводные векселя, условные договора купли-продажи), способные обеспечивать некую гарантию возврата задолженности;

4. использовать факторинг - финансовую услугу специализированной компании или банка своему клиенту в обмен на уступку дебиторской задолженности. Он включает в себя: финансирование поставок товаров (85-90% в день поставки, страхование рисков просрочки платежа в пределах льготного периода (30-120 дней), страхование риска неплатежа дебитора, учет состояния дебиторской задолженности;

5. применять форфейтинг – метод кредитования поставщика, при котором все кредитные риски принимает на себя форфетирующий банк (компания). В отличие от факторинга эти риски принимаются без оборота на поставщика долговых требований;

6. договор цессии – это соглашения об уступке права (требования) третьему лицу. Согласно этому договору право требовать возврата долга и другие права и обязанности первоначального кредитора переходят к другой организации за соответствующую плату, причем согласия должника не требуется.

В том случае, если ни один из вышеперечисленных методов взыскания дебиторской задолженности не принес результатов, необходимо предпринимать не самые выгодные, но необходимые меры – обмен долга на акции, подписание соглашения об отступном, новацию, оформление векселя (должник-эмитент), обращение в арбитражный суд.

Применение существующих методов взыскания дебиторской задолженности сопровождается определенными трудностями и проблемами: отсутствует возможность возврата полной стоимости задолженности ввиду применения определенных дисконтов, а возрастающий период оборачиваемости данного элемента оборотного капитала компании вследствие образования.

Таким образом, рассмотрев методы управления дебиторской задолженностью, выявив проблемы и недостатки, возникающие в процессе работы, можно определить основные моменты эффективной модели управления дебиторской задолженностью, которая позволит отнести ее к составу высоколиквидных элементов оборотного капитала. компании.

Использованные источники:

1. Кирпичева М.А. Управление дебиторской задолженностью с применением экономико-математического метода кластерного анализа // Транспортное дело России. - № 5. – 2012. – С. 33-37.
2. Зимин Н.Е. Направление управлением дебиторской задолженностью //Вестник ФГОУ ВПО «Московский государственный агроинженерный университет». - № 7. – 2009. – С. 100-103.
3. Зимин, В.С. Оценка дебиторской задолженности. <http://www.ValNet.ru>

Хасанова Л.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН

Аннотация. Статья посвящена извечному женскому вопросу: семья или карьера. Рассматриваются проблемы, связанные с выбором женщинами своей профессиональной карьеры, и препятствиями, которые встречаются на их творческом и профессиональном пути.

Ключевые слова: профессиональная деятельность, женщина, карьера, семья, гендерное неравенство.

Специфика профессиональной карьеры женщин состоит в наличии полоролевых стереотипов, влияющих на степень проявления ими карьерной активности, а также личностных особенностей женщин, следствием которых выступают усилия, прилагаемые ими в процессе профессионального и карьерного роста. Причем эти усилия выступают главными составляющими готовности женщин к осуществлению карьеры [1, 218].

Современные реалии складываются таким образом, что женщина в обществе нередко стоит перед выбором: семья или карьера. Часто женщины работают потому, что им нужны деньги. Однако, как показывают социологические исследования, многие женщины, работающие из-за экономической необходимости, не бросили бы ее, даже если вдруг перестали бы нуждаться в деньгах. Как пишет Дойл, «деньги имеют не только материальную ценность, они дают их владельцу вес в обществе и чувство собственного достоинства». Женщины открыли истину, которую мужчины знают уже давно: наше общество оценивает человека и его дела по тому, сколько он зарабатывает» (Doyle, 1983). Другими словами, многие женщины хотят работать (или можно сказать, что им это нужно). К тому же

статистические данные свидетельствуют о том, что в нашей стране женщин с высшим и средним специальным образованием гораздо больше, чем мужчин, а это значит, что, жены в среднем образованнее своих мужей. И, конечно, женщина получает высшее образование вовсе не для того, чтобы в последствие стать дипломированной домохозяйкой, она должна работать, дабы реализовать свои способности и возможности [2, 34-35].

Проблема профессиональной самореализации определяется ростом требований к профессиональной деятельности и ростом внимания человека к расширению своих возможностей. Профессиональная карьера для мужчин и женщин выстраивается по-разному, следовательно, нужно определить конкурентные качества женщин, стиль их руководства коллективом, актуальные проблемы женщин-руководителей. В настоящее время женщина вправе выбирать наиболее импонирующую ей ориентацию на семью, профессиональную или общественную деятельность. Однако женское лидерство в реальном российском производстве продолжает оставаться на довольно низком уровне, что объясняется некоторыми проблемами. Во-первых, в российской экономике сложилась гендерная асимметрия, при гарантированных Конституцией РФ равных правах мужчин и женщин в сфере управления, женщины, к сожалению, не имеют равных возможностей с мужчинами заниматься руководящей деятельностью. С одной стороны, асимметрия связана с объективными трудностями управления предприятиями, с другой – обуславливается патриархальными стереотипами общества. Во-вторых – это укоренившийся патриархально-консервативный взгляд на профессию руководителя как на сугубо мужскую. Стоит обратить внимание на то, что все названия руководящих должностей мужского рода («директор», «начальник», «босс», «шеф», «руководитель» и т. п.) и становится понятно, почему женщине приходится преодолевать великое множество барьеров по пути карьерного роста, чтобы занять должность руководителя организации [3]

Успехи женщины в карьере почти всегда изменяют психологический микроклимат семьи, т.к. возрастает ее авторитет как матери и жены. В связи с этим изменяется и сам мужчина, с которым связана судьба преуспевающей жены; происходит изменение принципов на перераспределение обязанностей в домохозяйстве. Следовательно, можно сказать, что у женщин существуют большие трудности в продвижении по «служебной лестнице». А успешность карьеры во многом зависит от нее самой, от ее личностных качеств, от умения бороться со стереотипным мышлением общества. Действительность такова, что женщины достигают успехов в работе не в результате копирования мужского стиля управления, а благодаря использованию своих способностей, которые обеспечивают конкурентное преимущество руководителей-женщин перед мужчинами. Далее рассмотрим ряд преимуществ женщин по сравнению с мужчинами.

Женщину отличает масса отличительных положительных качеств.

Первым и самым весомым преимуществом является высокий образовательный потенциал женщин. Также по сравнению с мужчинами женщин отличает большая организованность, целеустремленность и последовательность, которые предоставляют возможность женщинам-руководителям прекрасно подмечать и учитывать любые мелочи в работе. Трудлюбие женщин, способность доводить начатое дело до конца и брать на себя ответственность, что объясняется материнским инстинктом. Гибкость и дипломатичность женщин в сочетании с настойчивостью позволяет им эффективнее строить взаимоотношения с деловыми партнерами, находить у них взаимопонимание и поддержку. Женственность, обаяние, логика, развитая интуиция (седьмое чувство) довольно часто используются женщинами-руководителями для решения самых сложных и перспективных направлений. Подробный и продуманный подход к решению проблем, внимание к мелочам, отличная дружба с цифрами – все эти качества помогают руководителям-женщинам прекрасно воспринимать и анализировать детали [4, 243].

Мужчины и женщины по-разному воспринимают и оценивают успех. Женщины – как гармоничное сочетание благополучия в семье и на работе, а мужчины распространяют свой профессиональный успех на успешность жизни в целом. Кроме того, женская карьера начинается не сразу после окончания учебного заведения и приема на работу, а через несколько лет после начала работы в организации. Во многом это связано с созданием семьи, рождением и воспитанием детей. В создании карьеры женщины сознательно избегают построения неформальных, взаимно полезных отношений, а профессиональные и личные проблемы четко разграничивают, в случае конфликта однозначно выбирают компромиссный путь решения. И все же, несмотря на то, что женщины имеют все необходимые для профессиональной карьеры качества, им намного труднее стать руководителями. Технология становления женщин руководителями намного сложнее. Им приходится преодолевать препятствия, которые обусловлены гендерными стереотипными представлениями о статусах и ролях. Часто кандидатура женщины при заполнении вакансий руководящей или другой высокой должности не рассматривается вообще, хотя профессиональный уровень, интеллектуальные способности, опыт, квалификация значительно превосходят те же качества коллег-мужчин. Даже для элементарного продвижения по службе от женщины требуются, как правило, более высокая квалификация, уровень знаний. Очевидно, что профессиональная деятельность является одной из сфер самореализации личности, когда человек имеет возможность раскрыть и проявить свои способности, личностные и профессиональные качества, добиться признания своей неповторимости, значимости для других людей и для общества в целом [5, 118]. Однако отсутствие равных возможностей для самореализации, профессиональной карьеры не позволяет состояться многим женщинам-

специалистам.

Использованные источники:

1. Котоманова О.В. Особенности профессиональной карьеры женщины // Вестн. Бурят госун-та. Вып. 5: Психологика, социальная работа. – Улан-Удэ: Изд-во Бурят, гос. ун-та, 2008. – С. 218.
2. Игебаева Ф.А. Профессиональная карьера женщин на фоне «гендерного неравенства» // Современные проблемы мировой науки – 2014. В сборнике: *Strategiczne pytania światowej nauki - 2014 Materiały X międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji*. 2014. С. 34-40.
3. Серегина И.И. «Профессиональная карьера». - <http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/17054673.html>
4. Котоманова О.В. Там же, – С. 243.
5. Игебаева Ф.А. Проблема моббинга и профессиональная карьера // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Материалы Международной научно-практической конференции, ТОМ 1, в 2-х томах. Курск, 2011. С.118 – 119.

Хемраева А.Р.

студент 4 курса

«Институт менеджмента»

Оренбургский государственный университет

Рябикова Н.Е.

доцент

кафедра «Менеджмента»

Оренбургский государственный университет

Россия, г. Оренбург

ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье рассмотрены основные проблемы организации оперативного управления производством и возможные направления управления

Ключевые слова: оперативное управление производством, оперативное планирование, организация оперативного управления производством

Оперативное управление производством представляет собой типичную систему управления, в которой могут быть выделены управляемый объект в виде производственного процесса и субъект управления в виде совокупности средств, методов и органов оперативного управления производством.

На современном этапе к системе оперативного управления производством предъявляют жесткие требования с точки зрения оперативности и оптимальности принимаемых решений.

Сегодня предприятие вынуждено четко и своевременно реагировать на

любые изменения во внешней и внутренней среде, и, исходя из этого, корректировать свою производственную деятельность. В этом смысле руководство предприятия должно вести непрерывный поиск оригинальных путей в управлении производством. [1, с. 27].

Одним из таких путей для руководителей российских предприятий является - совершенствование оперативного управления производством на предприятии.

Перед системой оперативного управления производством стоят следующие цели:

- формирование наиболее оптимальной программы производства совместно с другими системами управления;
- современный и строгий контроль материально-технического обеспечения на входе в производство;
- обеспечение комплектного и ритмичного хода производства;
- выпуск комплектной и качественной продукции в соответствии с требованиями технологии и программой выпуска. [3, с. 149].

Исходя из целей оперативного управления, вытекают следующие основные задачи:

- разработка прогрессивной системы оперативного управления производством, построение которой может быть осуществлено двумя путями – посредством совершенствования действующей на предприятии системы на основе применения оптимальных календарно-плановых нормативов или через разработку и внедрение новой системы;
- разработка и внедрение оптимальных календарно-плановых нормативов;
- обеспечение равномерной и пропорциональной загрузки оборудования и рабочих на всех операциях технологического процесса;
- организация взаимосвязей всех функциональных систем управления для обеспечения основного производства всеми необходимыми ресурсами;
- оптимальный подход на каждом этапе разработки системы оперативного управления производством и во всех сферах ее функционирования;
- оперативная подготовка и систематический контроль выполнения производственной программы и планов-графиков и непрерывное оперативное планирование текущего хода производства (при изменяющихся условиях) по всему технологическому циклу изготовления изделий и деталей;
- непрерывный оперативный учет, анализ, координирование работы всех взаимосвязанных производственных подразделений предприятия и принятие оперативных мер по предупреждению нарушений и ликвидации возникающих отклонений. [4, с. 63].

ОУП осуществляется посредством совокупности взаимосвязанных

функций, таких как планирование, организация, учет, контроль, анализ и регулирование.

По мнению большинства специалистов, при формировании системы оперативного управления производством, и в процессе ее внедрения могут возникать следующие проблемы:

- недостаточное внимание руководителей предприятия к разработке системы и ее совершенствованию;

- игнорирование необходимости повышения квалификации работников;

- слабая нормативная база для оперативного планирования;

- слабое соответствие действующей системы оперативного управления производством специфике предприятия и организационному типу производства;

- слабая увязка графики работы подразделений предприятия с единым сквозным планом-графиком выпуска продукции предприятия.

Указанные недостатки ведут к увеличению длительности производственного цикла, к неполному использованию производственных площадей оборудования, к ухудшению технико-экономических показателей работы предприятия. [5, с. 181].

Организационная структура управления должна строиться на базе функциональной структуры с использованием методов функционально-стоимостного анализа.

В настоящее время далеко не на всех предприятиях можно наблюдать должный порядок в этих вопросах.

Отсутствие рациональных схем мест хранения и использования производственных ресурсов снижает эффективность процессов и не позволяет целенаправленно ими управлять. Несвоевременное проведение анализа деятельности объектов, взаимосвязей частей объектов, анализа целей и задач управления на всех стадиях производственного процесса, снижает качество нормативной составляющей процессов и, как следствие, фактических результатов.

Функции управления (планирование, контроль, анализ) зачастую не приближены к местам непосредственного протекания производственных процессов. Не используется принцип делегирования полномочий и ответственности (вниз – бригадирам, начальникам цехов, технологам, руководителям отдела материально-технического снабжения, бухгалтерии и т.д.).

Таким образом, эти полномочия сконцентрированы на уровне начальников отделов, что сковывает инициативу внизу. Недостаток необходимой квалификации специалистов по планированию, учёту, анализу и контролю значительно снижает профилактическое регулирование процессов.

Возложение же этих функций на работников производственных подразделений, которые лично (материально и административно) отвечают за эффективную организацию производственных процессов, как показывает опыт, желаемых результатов не дает, приводит к злоупотреблениям. [6, с. 168].

В нормативных положениях об отделах материально-технического снабжения, планово-экономического, бухгалтерии нет четких указаний на возложение ответственности за выполнение многих функций управления непосредственно в местах совершения операций.

Несистемное ведение контроля не способствует совершенствованию учета, то есть фиксации отклонений от норм, нормативов, правил. Отсюда – срывы в оперативном регулировании, планировании, анализе. Отсутствует контроль и за состоянием самого планирования, например, за обеспеченностью и прогрессивностью норм и нормативов, что ведет к рассеиванию ответственности, дублированию, сложности в получении необходимых данных, взаимным претензиям, неувязкам.

Ф.М. Лобов отмечает, чтобы правильно построить организационную структуру управления, необходимо всю совокупность подразделений предприятия сгруппировать в трех блоках. Программно-целевой – отдел главного конструктора, отдел главного технолога, отдел материально-технического снабжения, которые однозначно ориентированы на соответствующие программы своих сфер деятельности. Это исключает совпадения их интересов и ответственности. Функциональный блок планово-экономический отдел, отдел организации труда и заработной платы, финансовый отдел, бухгалтерия, за которыми закреплены лишь определенные функции. Третий блок – координационный – комитеты и программно-целевые органы матричного типа, ориентированные на объединение целей вышеперечисленных блоков. В этом смысле служба оперативного управления относится к координационному блоку. [2, с. 160].

Использованные источники:

1. Копылов, Е. А. Оперативное планирование и управление производством как фактор эффективного формирования и использования оборотных средств// Организатор производства. - № 4 – М.: Экономика и финансы, 2014. – С. 27 – 28.
2. Лобов, Ф. М. Оперативное управление производством : учебник/ Ф.М. Лобов. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. - 160 с.
3. Новицкий, Н. И. Организация производства на предприятиях : учеб.-метод. пособие / Н. И. Новицкий. - М. : Финансы и статистика, 2011. - 392 с.
4. Рябиков, Р. И. Проблемы использования новых форм сотрудничества в производственной сфере [Электронный ресурс] / Рябиков Р. И., Рябикова Н. Е., Харитоновна Н. Г. // Вестник Оренбургского государственного университета, 2012. - № 8 (144). - С. 63-69.
5. Рябиков, Р. И. Особенности оперативного управления современным

машиностроительным предприятием / Рябиков Р.И., Рябикова Н. Е., // Актуальные проблемы менеджмента и экономики предприятия. Монография [Т.И.Баранова, В.В.Боброва, Е.А.Васянина, В.Воюцкая и др.]; отв.ред. Е.В.Годовова.-Оренбург,2014. - С.181-195.

6. Рябиков, Р. И. Аутсорсинг как необходимая составляющая стратегии современного предприятия / Рябиков Р.И., Рябикова Н.Е., // Управления предприятием в современных экономических условиях: региональный аспект. Монография [Т.И. Баранова, В.В.Боброва, Е.А.Васянина, В.Воюцкая и др.]; отв. ред. Е.В. Годовова.- Оренбург, 2011.-С.168-184.

Хисматуллина Д.И.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ЭТИКИ В БИЗНЕСЕ

***Аннотация:** В статье рассмотрены основные подходы к определению понятия культура и этика делового общения. Основное внимание уделено характеристикам компетентности менеджера. Показана важность соблюдения в профессиональной деятельности принципов управленческой этики.*

***Ключевые слова:** культура делового общения, этика делового общения, управленческая деятельность, профессиональная этика.*

На фоне экономического развития страны возрастает значение управленческой этики в управлении и бизнесе. Назначение управленческой этики – обеспечить этическими знаниями, как управляющего, так и управляемого. В европейском современном деловом этикете руководитель должен обладать такими нравственными качествами, как гуманизм, справедливость, нравственная воля, честность, принципиальность, точность, организованность, общительность, активность. Эффект обаяния, харизма личности – очень важные составляющие успеха в современном бизнесе. Особая роль отводится лидерским качествам руководителя, умению вести за собой и одновременно поддерживать демократические принципы в коллективе. Распределение ответственности в управлении – один из важнейших демократических принципов, на которых основан современный бизнес. основополагающими принципами управленческой этики должны быть гуманизм и коллективизм, единство слова и дела, социальная справедливость. То есть все то, что способствует положительной обстановке в трудовом коллективе. В связи с этим, возникает потребность в формировании способности руководителя обеспечивать нравственность и возвышенные мотивы членов коллектива. Этическая грамотность или безграмотность прибавляет или убавляет авторитет руководителя.

За рубежом активные дискуссии об этичности бизнеса начали

проводиться лишь в 1960-х гг. В это же время появились первые эмпирические исследования в области этики бизнеса. К 1980-м гг. деятельность в сфере деловой этики, указывает Р. Т. Де Джордж, приобрела такие значительные масштабы, что ее уже можно было назвать движением. Результатами этого движения стало повсеместное принятие этических кодексов, введение учебных программ по соблюдению этических норм и комитетов по этике в крупных компаниях [1,с.84]. Значительное место в управленческой этике занимает разработка нормативных документов нравственного характера. Одним из таковых являются профессиональные моральные кодексы. В них обоснована обязанность изучения нравственных качеств, личности, сформулированы нравственные требования к управленческой деятельности, представлены нравственные правила делового общения. Нравственные взаимоотношения как никакие другие, требуют тонкости в обращении, умения чувствовать и сочувствовать, щадить самолюбие людей. В деликатности воплощается вежливость общения, которая, по словам немецкого философа А.Шопенгауэра, для человека то же, что тепло для воска.

Овладение деликатной манерой общения требует специальных знаний по этикету вообще и управленческому – конкретно. Но главное состоит в практическом умении быть деликатным. Возрастание нравственного фактора в бизнесе и управлении – закономерность цивилизованной экономики, о чем убедительно свидетельствует опыт развитых стран мирового сообщества [2, с.89].

Р. Т. Де Джордж подчеркивает, что этика бизнеса, как особая сфера, определяется взаимодействием этики и бизнеса. Понятие бизнеса, конкретизирует Р. Т. Де Джордж охватывает различные виды деятельности в производстве, продаже и покупке товаров и услуг с целью извлечения прибыли. Таким образом, традиционно сложилось, что деловая этика изучает регуляцию экономической активности, связанной с производством, распределением и обменом благ, т.е. те сферы деятельности, которые имеют отношение к деловой активности (бизнесу) [1, с. 116]. Можно сформулировать следующее определение: деловая этика как отрасль знания изучает отношения нравственности, которые возникают в сфере бизнеса. Ю. Ю. Петрунин и В. К. Борисов исходят из того, что этика бизнеса – это научная дисциплина, изучающая применение этических принципов в деловой ситуации. Д. Дж. Фритцше определяет деловую этику как процесс оценки решений на основе соотнесения их с моральными стандартами, присущими культуре данного сообщества [3, с.123]. Подобные подходы к деловой этике как прикладной отрасли довольно распространены.

Как правило, бизнесмен – это человек, который делает свою карьеру, т.е. старается достичь успеха в своей работе. Поэтому вопрос о критериях успеха для него тесно связан и с реальным путем его продвижения, и с субъективной оценкой этого пути, результатов работы (Мелия, 2006). Для

одного бизнесмена успехом будет повышение доходов или строительство нового офиса, для другого – перевод на новые более высокие возможности потребления, для третьего – популярность продукции его предприятия и т.д. Можно сказать, что успех зависит от представления о жизни конкретного человека, его системы ценностей, целей, отношения к жизни, личных качеств. Важно также учитывать обстоятельства, характерные для конкретного социального периода. В одних условиях успехом деятельности бизнесмена может быть развитие его фирмы, повышение прибыли. В других, например, нестабильных и сложных условиях, успехом на какой-то момент можно назвать и сохранение позиции на рынке, рабочих мест, источников финансирования.

Бизнесмен, как известно, в первую очередь – руководитель. И особое, приоритетное значение этика бизнеса имеет в управлении. Экономическая цель предпринимательства – опосредование личного интереса каждого сотрудника предприятия, которое обеспечивает интеграцию коллектива для достижения общей цели, создает основу для нравственного менеджмента.

Формируя себя как предпринимателя, мы должны ясно осознавать, что такие черты как вежливость, тактичность. Деликатность абсолютно необходимы не только для «умения вести себя в обществе», но и для обыкновенного житейского бытия. Нельзя забывать о культуре общения, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями, иметь свой, но непременно цивилизованный стиль поведения, свой, но непременно благородный образ. Тот самый имидж делового человека, который гарантирует нам не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности [4, с.36].

Весьма распространенным инструментом воздействия на сотрудников фирмы являются ее традиции. Это эффективно сказывается на деятельности фирмы при условии ее длительного существования, если ее сотрудники хорошо усвоили правила, действующие в ней, выработали свои обычаи, поверили в способность администрации достойно оценить подчиненных, признают авторитет и влияние руководства. Традиции вызывают у человека чувство сопричастности к жизни и делам фирмы. Соблюдение традиций повышает стабильность и прочность самой фирмы, слаженность работы всех ее звеньев.

Таким образом, в нравственном облике личности неразрывно связаны общая культура и воспитанность, которые определяют уровень развития нравственных качеств. Если бизнесмен не учитывает нравственную ситуацию, его деятельность может стать угрозой для развития фирмы. Уровень развития его моральных качеств будет влиять на отношения в коллективе, нравственный облик сотрудников. Кроме того, нравственно-психологические характеристики руководителей регулируют взаимоотношения с партнерами, учредителями, конкурентами и другими

заинтересованными сторонами. Они также определяют направленность, цели деятельности и в конечном итоге психологическую и экономическую эффективность организации.

Использованные источники:

1. Де Джордж, Р.Т. Деловая этика / пер. с англ. Р. И. Столпера. СПб.: Экономическая школа. М.: Издательская группа «Прогресс», 2001. – 314с.
2. Игебаева Ф.А. Нравственность как ценностное выражение управленческой деятельности // Образование и наука без границ (07-15 декабря 2014г., Польша) Материалы I Международной научно-практической конференции «Wykształcenie i nauka bez granic», - 2014. VOL.18. Psychologia i socjologia. Przemysl. – С.88 – 90.
3. Петрунин Ю.Ю., Борисов В. К. Этика бизнеса: учеб. пособие. М.: Дело, 2000. – 290с.
4. Игебаева Ф.А. Значение нравственного фактора в управлении и бизнесе //Иновационные процессы в управлении предприятиями и организациями. Сборник статей IX международной научно-практической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2010. С. 34 – 36.

*Цепок И.М.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ И ПУТИ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Статья посвящена обзору эффективности использования финансовых ресурсов и пути максимизации прибыли предприятия. Исследуются роль и сущность финансовых ресурсов в деятельности предприятия, методика анализа эффективности использования финансовых ресурсов.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, эффективность, максимизация прибыли.

В современной рыночной экономике и жесткой конкуренции, актуальным стал вопрос об экономии и рациональном использовании финансовых ресурсов.

Задачами экономического анализа финансового состояния являются: объективная оценка использования финансовых ресурсов, укрепления финансового положения, а также улучшение отношений между предприятиями и внешними финансовыми органами.

Отечественный рынок заполнен дешевой продукцией иностранного производства, которая отличается качеством, и выигрывает в цене. За счет этого фактора предприятиям приходится брать кредиты, так как для

улучшения качества товара необходимы средства для закупки нового оборудования и повышения эффективности труда. Для этого необходимо, чтобы предприятие было финансово устойчивым, обходилась своими оборотным капиталом, являлось платежеспособным для кредиторов.

Поэтому актуальным на данный момент является использовать анализ финансовых ресурсов, анализ платежеспособности, кредитоспособности предприятия.

Результаты в любой сфере бизнеса зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов, которые обеспечивают жизнедеятельность организации. В условиях рыночной экономики эти вопросы имеют первостепенное значение, так как от эффективного использования финансовых ресурсов и капитала зависят финансовая устойчивость и рентабельность организации. От того, каким капиталом располагает субъект хозяйствования, насколько оптимальна его структура, насколько целесообразно он трансформируется в основные и оборотные фонды зависят финансовое благополучие организации и результаты его деятельности.

В условиях рыночной экономики повышается значимость финансовых ресурсов, с помощью которых осуществляется формирование оптимальной структуры и наращивание производственного потенциала предприятия, а также финансирование текущей хозяйственной деятельности.

Управление финансами неизбежно требует глубокого анализа, позволяющего наиболее точно оценить неопределенность ситуации с помощью количественных методов исследования.

В процессе анализа необходимо:

- 1) Изучить состав, структуру и динамику источников формирования капитала предприятия
- 2) Установить факторы изменения их величины
- 3) Определить стоимость отдельных источников привлечения капитала и его средневзвешенную цену, а также факторы изменения последней
- 4) Определить уровень финансового риска(соотношение собственного и заемного капитала.

Основные принципы организации финансовой деятельности предприятий заключаются в централизации финансовых ресурсов, что позволяет оперативно маневрировать ими и концентрировать средства на приоритетных направлениях развития производства, разработке кратко-, средне- и долгосрочных финансовых планов, создании финансовых резервов на случай непредвиденных ситуаций, безусловном выполнении финансовых обязательств перед партнерами и государством.

Таким образом, финансовые ресурсы фирмы – это часть денежных средств в форме доходов и внешних поступлений, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по

обеспечению расширенного воспроизводства.

Финансы предприятий выполняют следующие функции:

- образование доходов и фондов денежных средств как необходимого условия обеспечения непрерывного процесса производства путем создания финансовых ресурсов для увеличения основных фондов и оборотных средств, производства и реализации продукции, образования фондов потребления и накопления;

- распределение доходов предприятия на средства, остающиеся в его собственности, и перечисляемые в федеральный, региональный и местный бюджеты;

- финансовый контроль производства, распределения и использования созданного продукта и чистого дохода

Финансы являются основой системы предпринимательства. Финансовые ресурсы предприятия представляют собой единственный вид ресурсов, который с минимальными затратами трансформируется в другие виды ресурсов, необходимых для нормального процесса производства. В условиях рыночной экономики эффективное управление финансовыми ресурсами является приоритетным для организации и обеспечивает во многом ее экономическую стабильность и эффективность. Финансы служат наиболее действенным инструментом, позволяющим осуществлять эффективное регулирование деятельности предприятия.

Использованные источники:

1. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 260 с.
2. Бухалков, М.И. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 411 с.
3. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
4. Жирнов А.В. Многовариантные прогнозные расчеты ожидаемой прибыли предприятия / А.В. Жирнов // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. - № 28-2. – С.121-126
5. Жирнов А.В. Развитие специализации с учетом формирования оптимальной отраслевой структуры сельскохозяйственного производства / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин // Материалы II-й Открытой Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Молодежь и наука XXI века» Ульяновск, 2007. – С. 276-279
6. Жирнов А.В. Оценка эффективности планирования деятельности районных агропромышленных объединений в современных условиях (на примере Пензенской области) / А.В. Жирнов // Вестн. ФГОУ ВПО МГАУ им. В.П. Горячкина.–Вып. № 5 (15). – 2005. – С. 110-113

7. Зангиев А.А., Дидманидзе О.Н., Мотылев В.С. Оптимизация производственных процессов по заготовке и реализации картофеля. -М.: Колос, 1997.-115 с.
8. Лапшина Г.В. Специфика формирования социального пакета в сельскохозяйственных предприятиях / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. - № 4-6(13). – 2014. – С. 847-849

Черникова А.Е., к.э.н.

доцент

*ФГБОУ ВПО «Сибирская государственная
автомобильно – дорожная академия»*

Россия, г. Омск

ТРАНСПОРТНЫЙ КОМПЛЕКС КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Аннотация: в статье представлены подходы к трактовке понятия «инфраструктура», классификация инфраструктуры по функциональному признаку, значимость транспортного комплекса как элемента производственной инфраструктуры.

Ключевые слова: транспорт, транспортный комплекс, производственная инфраструктура.

*Chernikova A.E., candidate of economic Sciences, associate Professor
Siberian State Automobile and Highway Academy*

TRANSPORT SECTOR AS AN ELEMENT OF INDUSTRIAL INFRASTRUCTURE

Abstract: The article presents approaches to the interpretation of the concept of "infrastructure", the classification of infrastructure on a functional basis, the importance of transport as an element of a complex industrial infrastructure.

Keywords: transport, transport industry, industrial infrastructure.

В настоящее время инфраструктура является неотъемлемым элементом региональной экономики, поскольку определяет темпы экономического развития региона. Роль инфраструктуры заключается в создании и поддержании устойчивых связей между отдельными хозяйствующими субъектами региона.

В экономической литературе существует множество определений понятия «инфраструктура». Многообразие терминов позволяет выделить подходы к трактовке понятия «инфраструктура». В рамках отраслевого подхода под инфраструктурой понимается комплекс взаимосвязанных отраслей. Так Стаханов В.Н. отмечает, что «инфраструктурный комплекс страны – это динамическая система, сформированная в результате интеграции определенных отраслей народного хозяйства и видов деятельности, основным назначением которых является создание общих

условий функционирования производства и жизни человека».

По мнению других (Алаев Э.Б.) под инфраструктурой понимается «сочетание действующих сооружений, зданий, сетей и систем, прямо не относящихся к производству материальных благ, но необходимых как для самого процесса производства, так и для обеспечения повседневной жизни населения». Согласно данному определению инфраструктура определяется как совокупность объектов и рассматривается с точки зрения материально – вещественного подхода [2]

Следует отметить, что представленные подходы не противоречат друг другу, поскольку в рамках данных подходов отражается основная функция инфраструктуры, а именно создание необходимых условий для функционирования хозяйствующих субъектов.

Классификация инфраструктуры по функциональному признаку позволяет выделить базовые виды, такие как: производственная, социальная, рыночная, инновационная, институциональная. Производственная инфраструктура представляет собой комплекс отраслей, создающие условия для эффективного функционирования производства. Особенностью производственной инфраструктуры является то, что она не производит продукт в материальной форме, а создает условия для его производства. К производственной инфраструктуре относится транспортный комплекс, представленный всеми видами транспорта, информационно – коммуникационная система, связь, инженерная инфраструктура.

Специфика и функциональное назначение социальной инфраструктуры заключается в создании материальных, бытовых, культурных и социальных условий жизнедеятельности населения на основе удовлетворения его потребностей с целью повышения уровня жизни. К социальной инфраструктуре относится жилищно – коммунальное хозяйство, здравоохранение, образование, наука, культура.

К рыночной инфраструктуре в общем виде относятся банки, биржи, кредитные организации, лизинговые компании, связанные с формированием новых различных рынков.

Функциональное назначение институциональной инфраструктуры заключается в оказании услуг управленческого, правоохранительного характера для всего общества в целом.

Понятие инновационной инфраструктуры включает элементы, способствующие разработке и внедрению технических разработок в производственном процессе. Например, инновационные технопарки, бизнес – инкубаторы.

Следует отметить, что представленные виды и элементы инфраструктуры определяют целостность экономической системы региона и отражают степень освоенности данной территории.

Транспортный комплекс региона, как один из элементов производственной инфраструктуры, играет важную роль в формировании

устойчивых связей, занимая промежуточное положение между отраслями материального производства и непромышленной сферой. В условиях глобализации экономики роль транспортного комплекса в обеспечении хозяйственных связей существенно возрастает, поскольку изменяется характер взаимосвязи транспорта с другими отраслями народного хозяйства [1].

Транспортный комплекс, в отличие от других отраслей материального производства, не производит вещественной продукции, результатом работы комплекса является перемещение грузов и пассажиров всех отраслей хозяйства. При этом процесс производства и реализации продукции слит воедино, тогда как продукцию материального производства можно накапливать и складировать. Основными задачами транспортного комплекса как элемента инфраструктуры являются:

- формирование устойчивых связей между отраслями и районами страны;
- полное удовлетворение потребностей хозяйственного комплекса и населения в перевозках

Транспортный комплекс представляет собой сложную систему всех видов транспорта, развитие которой предполагает эффективное функционирование всех элементов. Транспортный комплекс региона может быть представлен железнодорожным, автомобильным, морским, водным, воздушным и трубопроводным видами транспорта. При этом каждый вид транспорта выполняет определенную функцию в рамках общей транспортной системы страны, исходя из географических особенностей перевозки пассажиров и грузов [3].

Резюмируя вышесказанное можно сделать вывод, транспортный комплекс, с одной стороны, создает условия для функционирования отраслей экономики, с другой стороны, является фактором территориального разделения труда.

Использованные источники:

1. Черникова А.Е. Анализ подходов к трактовке понятия «транспортный комплекс» / А.Е. Черникова // Научные исследования и разработки молодых ученых [Электронный ресурс]: материалы VI молодежной научно – практической конференции. – Элект. дан. – Новосибирск: НГТУ, 2015. – Режим доступа: <http://library.nstu.ru>, свободный после авторизации. – Загл. с экрана. – С. 142-144.
2. Золотов А.В., Глушич Н.Г. Производственная инфраструктура: сущность и проблемы её развития в России / А.В. Золотов, Н.Г. Глушич // Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского. – Нижний Новгород: ННГУ, 2007. – №3. – С.171-174.
3. Ренгольд Е.Ю., Ренгольд О.В. Тенденции изменения структуры автотранспортных предприятий на рынке транспортных услуг: Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической

конференции «Перспективные инновации в науке, образовании, производстве и транспорте 2011». Том 1. Транспорт. – Одесса: Черноморье, 2011. – 82 с.

4. Тихонов Е.Б. Теоретические аспекты совершенствования управления производственной инфраструктурой региона / Н.Б. Тихонов // Вестник ОГУ. – ОГУ. – 2014. – №8(169). – С.138-143.

Чеснокова Н.А.
ассистент
кафедры уголовного права и процесса
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа

ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ОСВИДЕТЕЛЬСТВОВАНИЯ ПО УГОЛОВНЫМ ДЕЛАМ О ПРИЧИНЕНИИ ВРЕДА ЗДОРОВЬЮ ИЗ ХУЛИГАНСКИХ ПОБУЖДЕНИЙ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ

Аннотация: В статье анализируются некоторые тактические особенности производства освидетельствования по уголовным делам о причинении вреда здоровью из хулиганских побуждений несовершеннолетними. Кроме того, рассматриваются недостатки законодательной регламентации ст.179 УПК РФ. По мнению автора, в целях повышения эффективности проведения освидетельствования было бы целесообразно в случае наличия достаточных оснований полагать, что лицо, в отношении которого проводится освидетельствование, скрывает при себе предметы или документы, которые могут иметь значение для уголовного дела, проводить личный обыск до возбуждения уголовного дела и без соответствующего постановления по правилам ст.184 УПК РФ.

Ключевые слова: освидетельствование, личный обыск, уголовное дело, несовершеннолетние, причинение вреда здоровью, расследование.

Annotation: This article examines some of the tactical features of production of examination in criminal cases involving the infliction of harm to health from hooligan promptings minors. In addition, consider the shortcomings of legal regulation of the examination in the code of criminal procedure. According to the author, in order to improve the efficiency of examination would be advisable in case there are sufficient grounds to believe that the person under examination, hides under objects or documents which may be relevant to a criminal case, to conduct a personal search to criminal prosecution and without a warrant under the rules of article 184 of the code of criminal procedure.

Keywords: examination, personal search, criminal, juvenile, personal injury, investigation.

Освидетельствование является следственным действием, осуществляемым следователем либо специалистом, и направленным на обнаружение на теле человека особых примет, следов преступления,

телесных повреждений, выявления состояния опьянения и иных свойств и признаков, имеющих значение для уголовного дела, если для этого не требуется проведение судебной экспертизы.

Именно результаты освидетельствования на первоначальном этапе расследования позволяют дознавателю, следователю уже на стадии проверки сообщения о преступлении установить не только некоторые фактические обстоятельства совершенного деяния, но и установить личность преступника.

К сожалению, практика показывает, что важность освидетельствования дознавателями, следователями недооценивается. Согласно данным, освидетельствование при расследовании причинения вреда здоровью из хулиганских побуждений несовершеннолетними проводилось лишь по 39 уголовным делам из 254 дел. При этом данное следственное действие, в основном, проводилось в целях установления наличия или отсутствия телесных повреждений, в том числе на теле подозреваемого (характерно для 16 уголовных дел из 39 дел), на теле потерпевшего (10 уголовных дел), в целях установления следов преступления (4 уголовных дела), состояния опьянения (4 уголовных дела), особых примет (3 уголовных дела), а также установления заболевания, препятствующего содержанию и обучению несовершеннолетнего в специальном учебно-воспитательном учреждении закрытого типа в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 11 июля 2002г. №518, Постановлением Правительства РФ от 28 марта 2012г. №259 (проводилось всего по 2 уголовным делам из 39 дел).

В основном (35 уголовных дел), все виды освидетельствования по рассматриваемой категории уголовных дел проводятся по делам, связанным с причинением средней тяжести вреда здоровью (п.«д» ч.2 ст.112 УК РФ) и легкого вреда здоровью из хулиганских побуждений несовершеннолетними (п.«а» ч.2 ст.115 УК РФ). Крайне редко — по делам, связанным с причинением тяжкого вреда здоровью (только 4 уголовных дела).

Эффективность освидетельствования повышается, если его проведению предшествует серьезная подготовка следователя, дознавателя. Выбор участников освидетельствования и их своевременное уведомление должны быть тщательными. Так, при освидетельствовании несовершеннолетнего подозреваемого, обвиняемого и потерпевшего могут присутствовать его родители, опекуны или иные законные представители, защитник, если они допущены к участию в деле.

А вот участие в освидетельствовании по данной категории уголовных дел понятых имеет свои тактические особенности. В силу специфики данного процессуального действия, в условиях бесконфликтной ситуации не рекомендуется приглашать понятых, чтобы не смущать несовершеннолетнего освидетельствуемого. В конфликтной же ситуации, которая складывается при принудительном производстве освидетельствования, участие понятых хотя не является обязательным, но

весьма желательно, так как является гарантией соблюдения прав освидетельствуемого в случае обжалования действий следователя²³. Кроме того, при освидетельствовании, связанном с необходимостью обнажения тела несовершеннолетнего освидетельствуемого, понятые должны быть одного пола с освидетельствуемым лицом.

Помимо понятых, в проведении освидетельствования также принимает участие специалист. Результативность освидетельствования, во многом, зависит от того, насколько правильно в протоколе описаны имеющиеся на теле освидетельствуемого повреждения и следы преступления, а их правильное описание зачастую требует наличия специальных познаний в области медицины (применения медицинской терминологии), которыми следователи, дознаватели не обладают. В связи с чем считаем необходимым обязательное обеспечение участия врача при проведении освидетельствования по рассматриваемой категории уголовных дел. В целях фиксации некоторых телесных повреждений, а также следов преступления путем фотосъемки участие специалистов-криминалистов в проведении освидетельствования также должно являться обязательным. Считаем необходимым рекомендовать следователям, дознавателям заранее планировать участие вышеуказанных лиц в проведении освидетельствования по рассматриваемой категории уголовных дел.

К сожалению, практика показывает, что по делам о причинении вреда здоровью из хулиганских побуждений несовершеннолетними специалистами-криминалистами (для установления следов на теле освидетельствуемого) привлекаются для проведения освидетельствования не часто (привлекались всего по 17 уголовным делам из 39 дел). Врач же по изученной нами следственной и судебной практике привлекался лишь по 6 уголовным делам из 39 дел. Полагаем, указанное обстоятельство также значительно снижает результативность освидетельствования, так как следователи и дознаватели при описании в протоколе телесных повреждений и обнаруженных следов преступления без помощи специалистов допускают существенные ошибки.

В частности, анализ протоколов освидетельствований по рассматриваемой категории уголовных дел показывает, что следователями, дознавателями допускаются следующие ошибки: не соблюдается последовательность описания телесных повреждений и следов преступления (13 протоколов из 39), не правильно указывается название повреждения (17 протоколов из 39), не описывается размер и форма повреждения, следов преступления (4 протокола), местонахождение повреждения описывается не верно, без измерения в двух пересекающихся направлениях от условного центра (3 протокола), не описывается состояние краев и ран повреждения (2 протокола).

По изученным нами протоколам освидетельствований, привлеченными

²³Савельева М.В. Указ. соч. С.58.

специалистами для обнаружения следов преступления применяется, в основном, лупа, осветительные приборы, фотоаппарат, видеокамера, пинцет, липкая лента, бумага, марля. По результатам освидетельствования изымается одежда освидетельствуемого (по 33 делам из 39 изымалась одежда потерпевшего, и только по 6 делам — одежда подозреваемого), о чем делается отметка в протоколе.

Характерными следами преступления по рассматриваемой категории уголовных дел, которые обнаруживаются при освидетельствовании, являются следы, свидетельствующие о причинении вреда здоровью: ссадины, царапины, следы ранений, пятна крови, гематомы на теле, кровоподтеки, следы укусов, загнившие раны в виде рубцов. Они могут быть не только на теле потерпевшего, но и на теле несовершеннолетнего подозреваемого, обвиняемого, если ему оказывалось сопротивление или вред здоровью был причинен в драке. Учитывая, что вред здоровью из хулиганских побуждений, как правило, причиняется несовершеннолетними путем нанесения ударов руками и ногами, особое внимание необходимо обращать на характерные для ударов кулаком ссадины тыльной поверхности кисти.

Характерными следами также являются пятна и частицы: а) следы крови и других веществ человеческого организма, волосы; б) текстильные волокна и другие микрочастицы, попавшие с орудия преступления.

Особые приметы, обнаруживаемые при проведении освидетельствования по рассматриваемой категории уголовных дел, в основном — татуировки, шрамы, родимые пятна, бородавки, следы перенесенных заболеваний и хирургических вмешательств, дефекты походки, особенности мимики. В связи с тем, что несовершеннолетние склонны к нанесению на тело различных татуировок, особенно актуально это обстоятельство для несовершеннолетних, имеющих судимость или являющихся членами неформальных организаций националистического характера, при проведении освидетельствования несовершеннолетнего на это обстоятельство необходимо обращать особое внимание.

Последовательность освидетельствования по данной категории уголовных дел зависит от цели его проведения. Если освидетельствование проводится в целях установления особых примет, то целесообразно ограничиться осмотром тех участков тела освидетельствуемого, на которых могут находиться искомые приметы. Если их установление связано с обнажением тела освидетельствуемого, то такое освидетельствование проводит не следователь, а врач. В такой ситуации считаем важным рекомендовать следователям, дознавателям всегда перед проведением освидетельствования объяснять врачу, как лицу, не обладающему специальными познаниями в области юриспруденции, что понимается под особыми приметами и каковы его конкретные действия, так как практика показывает, что приглашенные к участию в освидетельствовании врачи

зачастую не понимают сути проводимого следственного действия и алгоритм своих действий, что приводит к тому, что особые приметы врачами не обнаруживаются, а смысл проведения освидетельствования утрачивается.

Если освидетельствование проводится в целях установления телесных повреждений или следов преступления, направленность этого следственного действия по рассматриваемой категории уголовных дел имеет свою специфику. Так как согласно данным телесные повреждения чаще всего обнаруживаются не на открытых, а именно на закрытых участках тела освидетельствуемого, подвергать освидетельствованию по рассматриваемой категории уголовных дел целесообразно все тело освидетельствуемого, даже если об отсутствии иных телесных повреждений на закрытых частях тела указывает сам освидетельствуемый. Особое внимание следует уделять поверхности слизистой носа и рта, а также участкам тела, скрытым под одеждой и нижним бельем (все складки тела). На открытых частях тела особое внимание необходимо уделять осмотру волосистой части головы, поверхности за ушными раковинами, ногтям и подногтевым щелям и т.д.

В освидетельствование не входит осмотр одежды. Если на одежде освидетельствуемого будут обнаружены признаки следов преступления, то одежда подлежит осмотру по правилам ст.176, 177 УПК РФ. Кроме того, в освидетельствование не входит обнаружение в одежде освидетельствуемого предметов или документов, имеющих значение для уголовного дела. Указанное действие проводится в рамках личного обыска. Однако на практике часто складывается проблематичная ситуация, когда лицо, в отношении которого проводится освидетельствование, пытается скрыть в своей одежде предметы, имеющие значение для уголовного дела, например, оружие преступления. Обнаружить указанный предмет в рамках освидетельствования нельзя, так как совершение таких действий проводится в рамках личного обыска, при этом временные рамки проведения этих следственных действий различны. Если освидетельствование может быть проведено в случаях, не требующих отлагательства, до возбуждения уголовного дела, то личный обыск подозреваемого, обвиняемого по смыслу ч.1 ст.144 УПК РФ, как и задержание, проводится после возбуждения уголовного дела. Анализ уголовных дел свидетельствует о том, что следователи, дознаватели идут на различные ухищрения, оформляя результаты фактически проведенного личного обыска протоколами и актами личного досмотра, выемки и т.д. Данная ситуация, не урегулированная законом, типична и для расследования иных категорий преступлений. В целях повышения эффективности проведения освидетельствования было бы целесообразно в случае наличия достаточных оснований полагать, что лицо, в отношении которого проводится освидетельствование, скрывает при себе предметы или документы, которые могут иметь значение для уголовного дела, проводить личный обыск до возбуждения уголовного дела и без соответствующего постановления по правилам ст.184 УПК РФ.

К сожалению, действующие редакции ст.179, 184 УПК РФ в настоящее время не позволяют этого делать, что, на наш взгляд, снижает эффективность проведения данных следственных действий.

Использованные источники:

1. Вошкина Н.Н. Проблемы законодательной регламентации личного обыска и освидетельствования с позиций криминалистической тактики // Криминалистика: актуальные вопросы теории и практики. Сборник материалов третьего Всероссийского круглого стола (17-18 июня 2004г.). Ростов-на-Дону, 2004. С.283-286.
2. Савельева М.В. Следственные действия: учебник для магистров. М., 2012.
3. Торбин Ю.Г. Понятие освидетельствования и тактика его производства // Вестник криминалистики. 2005. Вып.№1 (13). С.55-60.

Четвертухин Н.В.

Ларионов М.В.

Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В.

ООО «НПК Изотермик»

РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ РИСКА

Технические газы играют все возрастающую роль в мировой экономике. В бурно развивающихся отраслях – химии и нефтехимии – в качестве сырья используется около половины добываемого газа (бутан, пропан, пропилен, аммиак, этилен, кислород, азот, водород и т.д.). Расширяется применение сжиженного природного газа в качестве газомоторного топлива для пассажирского и коммунального автотранспорта, железнодорожного и водного транспорта, а также в ракетно-космической технике, что связано с более низкой стоимостью, большей доступностью и более высокой экологичностью.

В связи с этим, проблема хранения различных газов – важнейшая и неотъемлемая часть технологической цепочки «добыча-потребление», становится все актуальней в настоящее время.

Наиболее экономичный способ хранения технических газов – изотермический при температуре кипения и давлении, близком к атмосферному. При сжижении объем газов уменьшается от 246 (бутан) до 870 (кислород) раз, а его транспортировка становится мобильной – в цистернах (автомобильных или железнодорожных) и в крупнотоннажных судах-газовозах. Для хранения наибольшее распространение получили наземные вертикальные изотермические резервуары (ИР) (Рис.1).

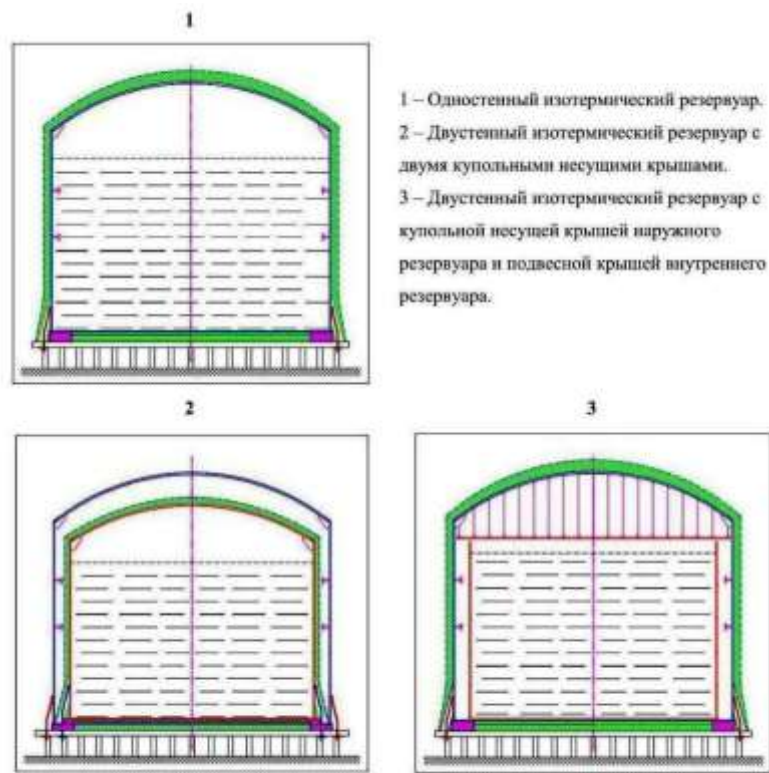


Рис.1 Основные виды вертикальных изотермических резервуаров для хранения сжиженных газов.

В настоящее время в наиболее ответственных случаях (вблизи городской застройки, вблизи пожаро- и взрывоопасных объектов и т.п.) в отечественную практику входит применение двустенных ИР с двумя силовыми стальными корпусами, обеспечивающих "полное сдерживание" хранимого продукта при его аварийном проливе из внутреннего резервуара. В рамках такой конструкции проектируются две ее разновидности: 1) и наружный, и внутренний резервуары имеют герметичную стационарную купольную крышу (рис. 1.2); 2) внутренний резервуар имеет подвесную паропроницаемую крышу, крепящуюся к крыше наружного резервуара (рис. 1.3). Исторически сложилось, что в отечественном резервуаростроении наиболее надежным считается ИР с двумя силовыми корпусами и двумя герметичными стационарными купольными крышами.

В наиболее ответственных случаях для уменьшения последствий возможной аварии вокруг ИР возводится кольцевая защитная железобетонная стена. Высота стены рассчитывается так, чтобы она могла вместить полный объем хранимого в ИР продукта.

В настоящей статье исследуется влияние инновационных конструктивных особенностей ИР на снижение риска аварии и на уменьшение последствий аварии.

Риск нежелательного события (аварии, инцидента) рассчитывается по формуле:

$$R = P \cdot V,$$

где P – вероятность или показатель частоты нежелательного события,

V – ущерб от последствий аварии, инцидента.

Идентификация опасностей от аварии ИР и количественные оценки риска, в том числе оценки частоты возникновения различных видов повреждений и аварий изотермических резервуаров сжиженных газов сделаны по имеющимся отечественным данным 10 случаев повреждений ИР за период 35 лет – с 1979 по 2014 год, (в том числе одной крупной аварии с человеческими жертвами на изотермическом резервуаре жидкого аммиака в г. Ионава в 1989 г.), а также с учетом статистики аварий на ИР жидкого аммиака в США за период 1964 – 1984 г.

В (табл. 1) приведены сводные данные по авариям и инцидентам на изотермических резервуарах сжиженных газов в России (по данным экспертиз промышленной безопасности, проведенных ООО “НПК Изотермик”).

Количество ИР для хранения различных сжиженных газов в России – около 60 единиц. Среднее время эксплуатации ИР – 35 лет. Количество "резервуаров-лет", т.е. произведение количества ИР на среднее время эксплуатации оцениваем величиной 2100.

Количество "резервуаро-лет" по аммиачным ИР в США за период 1964 – 1984 г.г., оцениваем величиной 5600. Все эти резервуары, как в России, так и в США имеют одну силовую стенку.

Таким образом, в России и США за $2100+5600 = 7700$ "резервуаро-лет" произошло 2 случая аварий, сопровождавшихся разрушением ИР, причем по сходным причинам – в результате остановки компрессора компримирования газообразного аммиака и повышения давления в ИР. Различий в конструкциях ИР в России и США в рассматриваемый период практически не было, поэтому статистику аварий объединяем в общую.

Таблица 1.

№ п/п	Авария, инцидент	Причины аварии, инцидента	% к итогу	Частота реализации сценария аварии, год-1
			РФ и США 7700 резервуаро-лет, 2 аварии	
1	Авария, полное разрушение ИР	Отказ компрессора компримирования аммиака + «человеческий фактор»	100	$2,6 \times 10^{-4}$
			РФ 2100 резервуаро-лет, 1 авария, 9 инцидентов	
1	Авария, полное	Отказ компрессора компримирования аммиака + «человеческий фактор»	10%	$4,5 \div 5,0 \times 10^{-4}$

	разрушение ИР			
2	Инцидент	Утечка аммиака через микротрещины во внутреннем днище резервуара, повышение концентрации аммиака в межстенном пространстве.	10%	$4,5 \div 5,0 \times 10^{-4}$
3	Инцидент	Трещина в «воротнике» трубопровода выхода жидкого аммиака. Ошибка проекта.	10%	$4,5 \div 5,0 \times 10^{-4}$
4	Инцидент	Недопустимая деформация анкерных полос, просадка ИР из-за гниения деревянного опорного кольца	10%	$4,5 \div 5,0 \times 10^{-4}$
5	Инцидент, не связанный с эксплуатацией	Нарушение условий гидро-пневмоиспытаний, повлекшее недопустимые деформации резервуара *)	40%	$6,6 \times 10^{-2}$
6	Инцидент, не связанный с эксплуатацией	Нарушение правил безопасности при вводе ИР в эксплуатацию после технической диагностики	20%	$3,3 \times 10^{-3}$

*) Инцидент, не связанный с эксплуатацией, данный инцидент имел место, по крайней мере, в 4-х случаях.

Далее в оценке риска аварии инциденты не используются.

На основании фактов приходим к выводу, что наиболее вероятный и наиболее опасный сценарий аварии ИР: нарушение в работе агрегата компримирования аммиака, приводящее к его остановке, повышению температуры в резервуаре и росту внутреннего давления до значения, в 2 – 3 раза превышающего расчетное. Далее может произойти разрушение резервуара по двум сценариям: либо обрыв анкеров при недостаточной их прочности, недопустимая деформация корпуса и разрушение сварного соединения стенки с днищем, либо – при повышенной прочности анкеров – разрушение сварного соединения стенки с крышей. Именно такие сценарии аварии реализовались при двух документально зафиксированных случаях в истории эксплуатации изотермических резервуаров: в СССР в г. Ионава в 1989 г. и в США в г. Гейсмар, шт. Луизиана в 1984 г. Из этих двух сценариев аварии наиболее опасный – первый: отрыв стенки от днища с полным проливом жидкого аммиака во внешнюю среду (Ионава). Второй сценарий – отрыв крыши от стенки значительно менее опасный, т.к. в этом случае продукт остается во внутреннем резервуаре (г. Гейсмар).

Коррозионное разрушение элементов ИР как фактор возможного сценария аварии не рассматриваем. Согласно [6] “В условиях длительного (более 40 лет) воздействия аммиачной среды металл внутреннего корпуса изотермических хранилищ коррозионно-механическим повреждениям не подвергается. Его структура, прочностные и деформационные характеристики не изменяются”. Наша многолетняя практика обследования металлоконструкций изотермических резервуаров аммиака это

подтверждает.

Фактическую частоту аварий изотермического резервуара с одной силовой стенкой по причине роста внутреннего давления оцениваем величиной:

$$P_1 = \frac{2}{7700} = 2,6 \cdot 10^{-4} \text{ год}^{-1}.$$

Логико-вероятностный анализ методом "дерева отказов" с учетом отказов элементов технологической цепочки ИР дает существенно меньшее значение вероятности аварии и полного разрушения ИР – не более 10^{-6} . Рассматривалась вероятность отказов систем КИПиА, автоматических систем управления (автоматического регулирования, контроля, блокировки, сигнализации), противоаварийной защиты. В качестве исходных данных для расчета вероятности реализации опасных событий использовались данные по надежности приборов и элементов оборудования [7].

В запас оценки риска принимаем в качестве максимальной оценки вероятности аварии ИР с одной силовой стенкой частоту аварий, фактически имевших место в истории эксплуатации ИР, а именно $2,6 \times 10^{-4}$ год⁻¹.

Анализ показывает, что вероятность разрушения резервуара "однократного сдерживания" по причине роста внутреннего давления при увеличении толщины несущей стенки, вызванной применением повышенного коэффициента надежности по ответственности сооружения $\gamma_n = 1,2$, снижается не менее чем в $\gamma_n = 1,2$ раза.

С учетом сказанного выше вероятность разрушения одностенного резервуара с увеличенной в $\gamma_n = 1,2$ раз толщиной стенки и толщиной окрайки днища:

$$P_1 = \frac{2,6}{1,2} 10^{-4} = 2,17 \cdot 10^{-4} \text{ год}^{-1}.$$

Принимаем для дальнейшего анализа худший сценарий аварии, т.е. считаем, что содержимое внутреннего резервуара полностью проливается в наружный резервуар. Считаем внутренний резервуар полностью заполненным продуктом.

Считаем, что после разрушения внутреннего резервуара в течение нескольких часов компрессорный агрегат не вводится в строй или по каким-либо причинам предохранительные клапаны не справляются с поступающим в результате испарения объемом газа, и давление газа продолжает нарастать.

При анализе вероятности разрушения как внутреннего, так и наружного резервуара используем то обстоятельство, что время аварийного повышения избыточного давления газа до значения не менее $0,3$ кгс/см², при котором резервуар может разрушиться, в объеме свободного пространства резервуара – нескольких тысяч кубометров - может измеряться несколькими часами, но не минутами.

Схема возможного развития аварии при разрушении внутреннего резервуара ("дерево событий") представлена на (рис. 2). Условную вероятность разрушения внутреннего резервуара принимаем равной

единице.

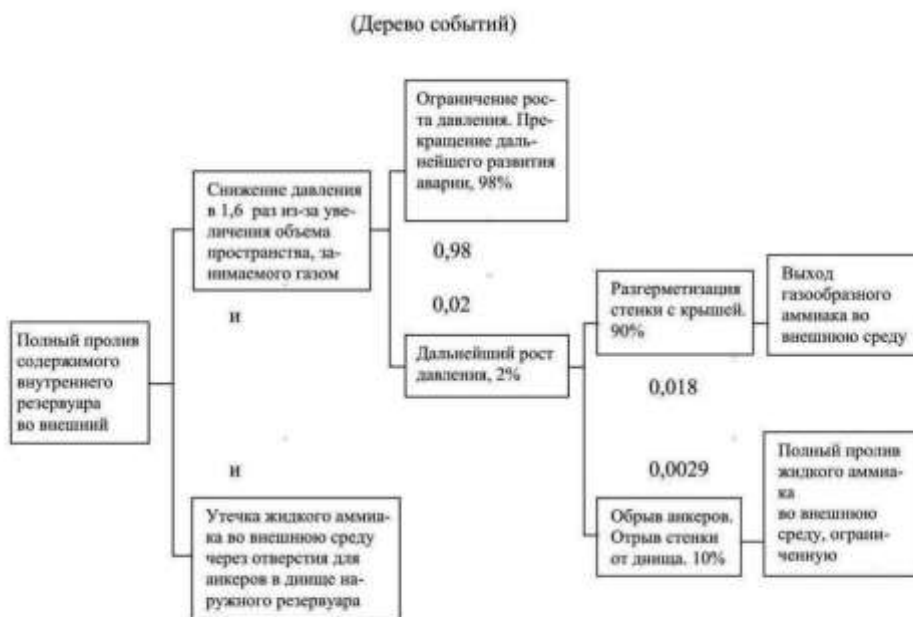


Рис. 2 Сценарии развития аварии при разгерметизации внутреннего резервуара с полным проливом жидкого аммиака в наружный резервуар

Анализ показывает, что продолжение аварии с отрывом стенки наружного резервуара от днища и полным проливом аммиака во внешнюю среду невозможно при выполнении любого из двух условий:

- 1) при своевременном вводе компрессора и прекращении дальнейшего развития аварии и/или надежной работе предохранительных клапанов;
- 2) при повышенной прочности анкеров.

Вероятность разрушения наружного резервуара и пролива жидкого аммиака во внешнюю среду, ограниченную ж/б защитной стеной, при условии разрушения внутреннего резервуара, путем логико-вероятностного анализа с использованием «дерева событий» оцениваем величиной $P_2 = 2 \times 10^{-3}$, т.е. величиной, на порядок большей, чем разрушение внутреннего резервуара.

Вероятность разрушения внутреннего, а затем и наружного резервуара с двумя силовыми корпусами и двумя купольными крышами оцениваем величиной:

$$P = P_1 P_2 = 2,17 \cdot 10^{-4} \cdot 2 \cdot 10^{-3} = 4,34 \cdot 10^{-7} \text{ год}^{-1}.$$

Таким образом, приходим к выводу, что риск аварии ИР с двойным силовым корпусом и двумя герметичными купольными крышами в основном зависит от надежности работы компрессорной установки и пропускной способности предохранительных клапанов и в незначительной степени определяется увеличением сечений конструктивных элементов из-за применения повышенного коэффициента надежности сооружения. При длительном выходе из строя компрессора и недостаточной пропускной способности предохранительных клапанов сначала внутренний, а затем и

наружный резервуар с большой вероятностью может быть разрушен, и здесь уже речь может идти не о предотвращении разрушения, а о контролируемом разрушении, т.е. о конструктивных мероприятиях, препятствующих отрыву стенки от днища. К таким инновационным конструктивным решениям в ИР относятся: проектирование легкосбрасываемой крыши и/или повышение прочности анкерных креплений.

Как показывают расчеты на примере аммиачного резервуара вместимостью 30000 тонн, до тех пор, пока резервуар удерживается анкерами, напряжение в окрайке днища в уторном узле практически постоянно, определяется гидростатическим давлением жидкости и незначительно зависит от давления газа. В этом случае при всех значениях давления газа напряжения в узле стыка стенки с днищем меньше напряжений в узле стыка стенки с крышей (линии 1 и 2 на рис. 3). Поэтому при наличии анкеров и их надежной работе, при любом давлении газа отрыв стенки от днища невозможен, т.к. отрыв крыши от стенки произойдет раньше.

При отсутствии анкеров окрайка днища сильно деформируется, и напряжения в узле стыка стенки с днищем оказываются выше напряжений в узле стыка стенки с крышей (линии 2, 3 и 4 на рис. 3). Поэтому при обрыве анкеров в первую очередь должен произойти отрыв стенки от днища, что и имело место в Ионаве.



Рис. 3. Меридиональное напряжение σ_z в узлах стыка стенки резервуара с днищем и крышей при действии гидростатической нагрузки и избыточного давления P .

Проведенные нами расчеты показывают, что разрушение резервуара может произойти при следующих значениях нагрузок:

- внутреннее давление газообразного аммиака – не менее 30 кПа;
- вакуум – не менее 1,5 кПа.

(Значение внутреннего давления, при котором произошло разрушение ИР в г. Ионава, оценивается величиной 40 кПа).

Избежать наихудшего сценария аварии – отрыва стенки внутреннего резервуара от днища можно двумя путями. Первый путь - проектирование легкобрасываемой крыши. Второй путь значительно проще – увеличение прочности анкеров, т.е. их площади сечения, а также длины сварных швов крепления анкеров к стенке резервуара. Таким образом, мы приходим к концепции управляемого разрушения резервуара.

Конструкция ИР жидкого аммиака типа "full containment", имеющая два силовых корпуса – внутренний и наружный, и подвесную паропроницаемую внутреннюю крышу и свободное межстенное пространство без теплоизоляции (теплоизоляция наружного резервуара – пеностекло) обеспечивает максимальную из возможных вариантов надежность конструкции и имеет ряд следующих преимуществ:

1. Так как подвесная крыша не герметична, обеспечивается невозможность создания во внутреннем резервуаре чрезмерного избыточного давления или вакуума, которые могут привести к нарушению прочности, либо потере устойчивости. При такой конструкции разрушение внутреннего резервуара с отрывом стенки от днища (которое имело место в Ионаве в 1989 г.) принципиально невозможно.

2. Поскольку внутренний резервуар не имеет стационарной крыши, не требуется его анкерное крепление, соответственно, не требуется изготовление в днище наружного резервуара отверстий для анкерных пластин внутреннего резервуара. При любой утечке аммиака из внутреннего резервуара он будет удержан наружным корпусом и не поступит во внешнюю среду.

3. Не требуется система осушения межстенного пространства азотом.

4. При размещении теплоизоляции на наружной поверхности наружного резервуара за счет пустого межстенного пространства увеличивается общий объем пространства, занимаемого газом. При аварийном выходе из строя компрессорной установки или иной неисправности, приводящей к росту внутреннего давления, потребуются большее время для создания критического давления газообразного аммиака и, соответственно, больше времени для принятия решения по выходу из этой аварийной ситуации.

5. Наружный резервуар в процессе эксплуатации не испытывает гидростатических нагрузок от продукта, следовательно физических причин для образования и роста трещин в сварных соединениях наружного резервуара нет в принципе. Поэтому сценарий хрупкого разрушения внутреннего резервуара и одновременно с этим аварийное повышение давления, приводящее к разрушению наружного резервуара с проливом жидкого аммиака во внешнюю среду считаем невероятным и не рассматриваем. Вероятность такого события не превышает $2,8 \times 10^{-12}$ год⁻¹. Ввиду невероятности полного разрушения ИР с подвесной внутренней крышей не требуется сооружение защитной ж/б стены вокруг ИР. При

любом повреждении внутреннего резервуара наружный резервуар полностью сдержит содержимое от пролива во внешнюю среду.

6. При аварийной разгерметизации наружного корпуса, вызванной частичным разрушением наружной крыши (или даже ее полным сносом) при росте внутреннего давления газообразного аммиака, испарение происходит с уровня верха наружной оболочки, которая в этом случае выполняет функцию защитной стенки. При этом резко сокращается риск поражения людей.

Конструкция ИР может быть улучшена при применении теплоизоляции из пеностекла (Foamglas) и размещения ее на наружной поверхности наружного корпуса. Такой вариант теплоизоляции обеспечивает следующие преимущества перед засыпной перлитной или пенополиуретановой теплоизоляцией:

- обеспечивает пароводонепроницаемость;
- полностью снимает проблему коррозии наружной поверхности из-за плотного прилегания к металлу на клею и отсутствия влаги;
- обеспечивает пожарную безопасность, т.к. пеностекло не горит;
- обладает отличными теплоизоляционными свойствами;
- уменьшает нагрузку на фундамент;
- обеспечивает долговечность не менее 25 лет.

На снижение риска аварии такая теплоизоляция влияет следующим образом:

- уменьшается вероятность повышения температуры и, соответственно, давления из-за улучшения теплоизоляционных свойств;
- увеличивается объем свободного межстенного пространства, соответственно для создания опасного уровня внутреннего давления потребуется большее время.

Выводы:

1. Риск аварии полного разрушения ИР с двойным силовым корпусом и двумя стационарными купольными крышами оценивается величиной $4,34 \times 10^{-7}$ год⁻¹ и, в основном, зависит от надежности работы компрессорной установки и пропускной способности предохранительных клапанов. При длительном выходе из строя компрессора и недостаточной пропускной способности предохранительных клапанов резервуар с большой вероятностью может быть разрушен, и здесь уже речь может идти не о предотвращении разрушения, а о контролируемом разрушении, т.е. о конструктивных мероприятиях, препятствующих отрыву внутренней стенки от днища. Применение повышенного коэффициента надежности по ответственности сооружения $\gamma_n \geq 1.1$ лишь незначительно снижает риск аварии – пропорционально величине γ_n .

2. Для снижения риска последствий аварии ИР данной конструкции рекомендуется повысить прочность анкерных креплений внутреннего и наружного резервуаров, увеличив площади их сечений в 1,5 – 2 раза по

сравнению с теми, что следуют из расчета на прочность при проектных эксплуатационных нагрузках.

3. Анализ риска показывает, что конструкция ИР с двумя силовыми корпусами и двумя стационарными купольными крышами не является наиболее безопасной. Наиболее безопасна конструкция ИР с двумя силовыми корпусами и внутренним резервуаром типа "стакан" с подвесной крышей. В этом случае разрушение внутреннего резервуара с полным проливом его содержимого во внешний резервуар делается практически невозможным. Наиболее вероятный и наиболее опасный сценарий аварии – частичное разрушение наружного резервуара - разгерметизация соединения его стенки и крыши. Риск такой аварии составляет не более $4,7 \times 10^{-8}$ год⁻¹. Вероятность полного разрушения ИР с двумя силовыми корпусами и подвесной внутренней крышей не более $2,8 \times 10^{-12}$ год⁻¹.

4. Вероятность разрушения изотермических резервуаров с двумя силовыми корпусами и внутренней подвесной крышей настолько низка, что сооружение защитной железобетонной стены для них не требуется. Защитную функцию полностью обеспечивает внешний корпус.

6. В результате анализа риска вариантов конструкции изотермического резервуара для хранения жидкого аммиака предложена наиболее безопасная конструкция типа "full containment", способная конкурировать на мировом рынке.

Использованные источники:

1. EN 14620-1. Design and manufacture of site built, vertical, cylindrical, flat-bottomed steel tanks for the storage of refrigerated, liquefied gases with operating temperatures between 0oC and -165oC, British Standards Institution, 2006.
2. Б.В. Поповский, А.З. Майлер. Строительство изотермических резервуаров. М., "Недра", 1988.
3. Методические основы по проведению анализа опасностей и оценки риска аварий на опасных производственных объектах. (приказ Ростехнадзора от 13.05.2015 №188).
4. API RP 581. Risk-Based Inspection Technology, American Petroleum Institute, 2008.
5. Ханухов Х.М., Алипов А.В. Нормативно-техническое и организационное обеспечение безопасной эксплуатации резервуарных конструкций. В сборнике научных трудов «Предотвращение аварий зданий и сооружений», Магнитогорский дом печати, 2011, -440 с., стр. 384-422.
6. Баско Е.М. О ресурсе безопасной эксплуатации изотермических стальных резервуаров для хранения жидкого аммиака. "Промышленное и гражданское строительство", № 5, 2005 г.
7. Э. Дж. Хенли, Х. Кумамото. Надежность технических систем и оценка риска, М., "Машиностроение", 1984.

Четвертухин Н.В.

Ларионов М.В.

Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В.

ООО «НПК Изотермик»

ПРИМЕНЕНИЕ НАИЛУЧШИХ ДОСТУПНЫХ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ

Изотермические резервуары представляют собой одностенные и двустенные технологические ёмкости.

Одностенный изотермический резервуар - вертикальный цилиндрический резервуар с наружной тепловой изоляцией, поверх которой оборудуется металлический защитно – покровный слой, предохраняющий изоляцию от повреждений и проникновения атмосферных осадков.

Двустенный изотермический резервуар представляет собой сооружение, состоящее из двух резервуаров - внутреннего, где непосредственно хранится вещество, и наружного. Внутренний резервуар концентрически расположен относительно наружного. Межстенное пространство между резервуарами заполнено тепловой изоляцией, как правило, из вспученного перлитового песка. В межстенное пространство подается инертный газ для осушки теплоизоляции в процессе эксплуатации.

Так как в конструкциях двустенных изотермических резервуаров обычно используют традиционную тепловую изоляцию, более актуальной задачей является оснащение эффективной теплоизоляцией одностенных резервуаров.

Кроме больших размеров, они могут иметь сферическую форму, что затрудняет проведение работ по монтажу тепловой изоляции.

Следует отметить, что на объектах повышенной опасности запрещается применение горючих изоляционных материалов, которыми в частности являются ячеистые полимерные материалы на основе полиуретана.

Применяемые изоляционные материалы должны обеспечивать заданный температурный режим эксплуатации резервуара, поэтому весьма значимы такие параметры как эффективность изоляционного материала, а также его долговечность, определяющая как долго тепловая изоляция может эксплуатироваться без дорогостоящего капитального ремонта.

Традиционно, в силу отсутствия альтернативных вариантов, тепловая

изоляция одностенных изотермических резервуаров производится минеральной ватой или газонаполненными ячеистыми полимерными материалами на основе полиуретана. Все эти материалы в той или иной мере обладают паропроницаемостью, что приводит к увлажнению самой изоляции и изолируемого оборудования за счет конденсации влаги в «точке росы», располагающейся или в толще материала, или на поверхности оборудования. Ячеистые полимерные материалы также обладают и капиллярным впитыванием влаги.

Одной из проблем, с которой сталкиваются при эксплуатации изотермических резервуаров, является увлажнение поверхности резервуара за счет конденсации на его поверхности влаги из воздуха. Образование влажной среды способствует возникновению коррозионных процессов, срок эксплуатации резервуара при этом существенно снижается, и в то же время увеличивается риск аварий, связанных с уменьшением прочности корродируемого оборудования.

Другой проблемой является потеря теплоизоляционными материалами своих свойств вследствие увлажнения. Пропитанные влагой теплоизоляционные материалы перестают выполнять свою функцию, а при последующем промерзании, их коэффициент теплопроводности стремится к коэффициенту теплопроводности льда, который более чем в 100 раз хуже минимального значения данной величины, принятой для теплоизоляционных материалов. Как правило стоимость выработки одной гигакалории холода в 5-8 раз превышает стоимость выработки гигакалории тепла, соответственно энергетические затраты при эксплуатации изотермических резервуаров с неэффективной тепловой изоляцией могут быть весьма высоки.

В результате повышения температуры, хранящиеся в резервуаре вещества начинают переходить из жидкого состояния в газообразное, и через различные предохранительные устройства сбрасываются в атмосферу, что является прямой потерей рабочего продукта.

В большинстве случаев испаряющиеся вещества необходимо сжигать в целях безопасности, поэтому, к примеру, факелы постоянно горящие на производствах аммиака считаются обычным явлением. Потери аммиака на крупном аммиакохранилище могут составлять до нескольких тонн в сутки.

Одним из решений проблем, связанных с потерей традиционно применяемых материалов своих свойств, является применение в качестве изоляции пеностекла – теплоизоляционного материала, обладающего уникальным комплексом свойств, срок службы которого в то же время значительно превышает аналогичные параметры традиционно применяемых утеплителей.

Остановимся более подробно на его свойствах.

Пеностекло торговой марки FOAMGLAS® представляет собой ячеистый материал со структурой пены, получаемый из стекла специального состава методом вспенивания диоксида углерода,

образующимся при сгорании тонкодисперсного угольного порошка. Диаметр ячеек (закрытых газонаполненных пузырьков) составляет всего 0,5-1 мм. Из пеностекла можно изготавливать элементы разнообразных форм, что позволяет изолировать конструкции любых сложных конфигураций.

Пеностекло FOAMGLAS® абсолютно негорючий материал, не выделяющий при нагревании токсичных веществ и дыма, который к тому же не обладает впитывающей способностью, что позволяет применять его на объектах повышенной опасности. Не способствует распространению огня, благодаря чему пеностекло, помимо собственно теплоизоляции, применяется для конструкционной защиты оборудования от воздействия открытого огня в течение расчётного времени, например в качестве противопожарных вставок.

По теплотехническим свойствам пеностекло находится на уровне качественных минеральных ват и иных традиционных теплоизоляционных материалов, а его температурный диапазон применения позволяет использовать его при изоляции как криогенного и низкотемпературного, так и высокотемпературного оборудования.

Пеностекло жесткий материал: значение предела прочности на сжатие составляет до 1600 кг/см². Данное свойство позволяет применять его при изоляции днищ изотермических резервуаров любой емкости, а если учесть, что срок службы пеностекла сравним со сроком службы изолируемого им оборудования, данное конструктивное решение является максимально эффективным. Гарантия изготовителя на пеностекло торговой марки FOAMGLAS® на данный момент составляет 40 лет.

Пеностекло FOAMGLAS® не подвержено воздействию влаги и не снижает своих теплотехнических характеристик в процессе эксплуатации, совместимо с углеродистыми и нержавеющей сталими всех марок, не разрушается и не теряет своих физических свойств под воздействием основных кислот, щелочей, горюче-смазочных материалов и морской воды. Не деформируется (не усыхает и не вспучивается) даже в самых неблагоприятных условиях. Является абсолютно паро- влагонепроницаемым материалом. В составе теплоизоляционной конструкции образует герметически замкнутый контур вокруг изолируемого им оборудования, и не допускает образования влажной среды, способствующей возникновению коррозионных процессов. Таким образом, помимо решения задачи тепловой изоляции, обеспечивается и защита поверхности изолируемого резервуара от поверхностной коррозии.

Не случайно пеностекло FOAMGLAS® как теплоизоляционный материал и защита от коррозии входит в стандарты ведущих мировых компаний, таких как Statoil, Amec, Shell, NorSok, BP.

С учетом средне и дальнесрочной перспектив эксплуатации, а также уникального комплекса свойств пеностекла, начиная с 70-х годов прошлого века практически все резервуарные парки в Европе изолируются именно

этим материалом. А в 76 странах на всех континентах пеностеклом были теплоизолированы более 1000 резервуаров для хранения сжиженных газов промышленного назначения от бутана (-0,5 С°) до азота (-196 С°).

Теплоизоляционная конструкция представляет из себя двухслойную конструкцию из пеностекла. Блоки FOAMGLAS® наклеены на поверхность резервуара и склеенных друг с другом клеем РС 88.

Защитно – покровный слой выполнен из гофрированного алюминия, с его внешней стороны установлены металлические полосы.

Основными элементами теплоизоляционной конструкции из пеностекла при изоляции резервуаров являются блоки различных размеров, используемые для изоляции их днищ, стенок и крыш. Люки, патрубки и иные конструктивные элементы резервуаров изолируются с помощью специально изготовленных комплектов фасонных элементов. В состав теплоизоляционных конструкций для изоляции резервуаров кроме пеностекла входят различные сопутствующие материалы - мастики, клеи, герметики и т.д. Необходимость применения того или иного сопутствующего материала определяется в зависимости от назначения, состава и условий эксплуатации теплоизоляционной конструкции.

Одним из последних объектов, на которых в качестве тепловой изоляции применено пеностекло, является изотермический резервуар для хранения аммиака емкостью 30 тыс. тонн в ОАО «Минудобрения», г. Россошь.

Необходимость в проведении замены тепловой изоляции была обусловлена энергетическими потерями и потерями продукта, которые несло предприятие при эксплуатации резервуара в результате промерзания существующего теплоизоляционного слоя.

Для создания давления в резервуаре были постоянно задействованы 4 компрессорные установки мощностью 150 кВт каждая, тем не менее происходила потеря продукта: переход аммиака из жидкой фазы в газообразную, испаряющийся аммиак сжигается на факельной установке. Работы были проведены в рекордно короткие сроки - в течении двух месяцев, прошедших с момента слива аммиака до момента ввода резервуара в эксплуатацию, был выполнен полный цикл работ, начиная с демонтажа старой изоляции и заканчивая установкой новой изоляции из пеностекла на стену и крышу резервуара и монтажом металлического защитно-покровного слоя (рис.).

Аналогичный цикл работ при изоляции резервуара путем напыления ППУ занимает в среднем 5-6 месяцев. Значительное сокращение сроков монтажа изоляции резервуара с применением пеностекла FOAMGLAS® позволяет достигать существенного экономического эффекта.

Применение пеностекла при изоляции изотермического резервуара позволило в 3-4 раза уменьшить мощность задействованных компрессорных установок и полностью исключить потери аммиака, связанные с его

испарением и последующим сжиганием. Результаты экономической оценки применения пеностекла FOAMGLAS® в сравнении с изоляцией из ППУ представлены в таблице.

Таблица

Показатель	FOAMGLAS®	ППУ
Потеря продукта в результате перехода аммиака в газообразное состояние, тонн в сутки	0	2,4
Потребляемая энергия компрессорами, кВт/ч	75	600
Стоимость эксплуатации (24 часа), руб.	(75кВт/ч*3руб * 24час) =5 400	(2,4 тонн*12 500 руб.) + (600кВт/ч * 3руб. * 24час) =73 200
Стоимость эксплуатации (1 год), руб., в ценах 2014 г.	5 400 руб. *365 дней = 1 971 000	73 200 руб.*365 дней = 26 718 000

Необходимо отметить, что срок выполнения работ по изоляции изотермического резервуара хранения аммиака объемом 30 тыс. тонн (от слива до залива продукта) с применением изделий из пеностекла FOAMGLAS® составляет всего 60 дней, а с применением двухкомпонентного ППУ 180 дней. Упущенная выгода от простоя резервуара в сутки ориентировочно составляет **2 000 000 руб.**

Только на стадии выполнения работ по замене тепловой изоляции предприятие могло недополучить 240,0 млн. руб. (120 дней * 2 млн. руб. = 240,0 млн. руб.).

Четвертухин Н.В.

Ларионов М.В.

Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В.

ООО «НПК Изотермик»

КОНСТРУКЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ

В настоящее время в наиболее ответственных случаях (вблизи городской застройки, вблизи пожаро- и взрывоопасных объектов и т.п.) в отечественную практику входит применение двустенных ИР с двумя силовыми стальными корпусами, обеспечивающих "полное сдерживание" хранимого продукта при его аварийном проливе из внутреннего резервуара. В рамках такой конструкции проектируются две ее разновидности: 1) и наружный, и внутренний резервуары имеют герметичную стационарную купольную крышу; 2) внутренний резервуар имеет подвесную паропроницаемую крышу, крепящуюся к крыше наружного резервуара.

Исторически сложилось, что в отечественном резервуаростроении наиболее надежным считается ИР с двумя силовыми корпусами и двумя герметичными стационарными купольными крышами.

В наиболее ответственных случаях для уменьшения последствий возможной аварии вокруг ИР возводится кольцевая защитная железобетонная стена. Высота стены рассчитывается так, чтобы она могла вместить полный объем хранимого в ИР продукта.

Рассмотрим вопрос о влиянии железобетонной защитной стенки на степень тяжести последствий аварии. Расчеты зон токсического поражения при аварии ИР и проливе жидкого аммиака проведены по «Методике расчета концентраций аммиака в воздухе и распространения газового облака при авариях на складах жидкого аммиака».

В соответствии с ТОКСИ 2.2 рассматривались худшие климатические условия, а именно, авария происходит летом, ночью при слабом ветре 1 м/с, в условиях инверсии. Для примера взят ИР вместимостью 30000 т.

Рассматриваются 2 сценария аварии:

1) ИР ничем не огорожен, полное разрушение ИР, 30000 т аммиака свободно разливаются по площади предприятия;

2) ИР огорожен защитной ж/б стеной высотой 17 м. Высота стены позволяет вместить весь объем жидкого аммиака при проливе.

При свободном проливе жидкого аммиака по территории предприятия зона смертельного поражения людей - область, вытянутая по направлению ветра на 8,72 км, шириной 600 м, площадью 4,1 км².

При испарении аммиака с высоты ограждающей стены $H_w = 17$ м площадь зоны смертельного поражения людей сокращается по сравнению со свободным проливом в 250 раз - до 0,016 км²: это область, начинающаяся на расстоянии 700 м от ИР и заканчивающаяся на расстоянии 1400 м от ИР, шириной 36 м.

Таким образом, при аварии ИР с проливом жидкого аммиака внутри ограждающей ж/б стены зона распространения токсичного облака и поражения людей резко снижается за счет двух факторов: 1) испарение аммиака происходит со значительно меньшей площади; 2) испарение аммиака происходит не с уровня земли, а с уровня ж/б стены.

Расчеты показывают, что второй фактор имеет решающее значение. В этом случае за счет того, что газ аммиак легче воздуха, до уровня земли смесь аммиака с воздухом опускается не сразу около места пролива, а на значительном удалении от него по направлению ветра и со значительно сниженной концентрацией NH₃. На (рис. 1, 2) показан профиль облака с указанием линий токсодозы: 1) при свободном проливе аммиака по территории предприятия и 2) для ИР, защищенного стеной высотой 17 м.

Рис.1



Рис.2



Критерий поражения – $LD_{50} = 150$ мг·мин/л (LD – Lethal Dose) – токсодоза, вызывающая смертельный исход у 50% пораженных людей, не защищенных средствами индивидуальной защиты; $PD_{50} = 15$ мг·мин/л – (Primary Dose) – пороговая токсодоза, вызывающая первые признаки отравления у 50% пораженных.

Оценка коллективного риска показывает, что при ограждении данного ИП ж/б стеной высотой 17 м вероятное количество смертельно пораженных при аварии с полным проливом жидкого аммиака снижается с 142 чел до 5 чел., т.е. в 28 раз.

При увеличении высоты ограждающей ж/б стены зона возможного смертельного поражения LD_{50} поднимается над землей, так что люди оказываются вне этой зоны. Например, для $H_w = 22$ м нижняя граница смертельной токсодозы LD_{50} при времени экспозиции 30 минут проходит на

высоте 9 м над землей (рис. 3).

Рис.3



Таким образом, за счет оптимального выбора высоты ограждающей стены можно значительно снизить риск токсического поражения людей.

Наружный резервуар в процессе эксплуатации не испытывает гидростатических нагрузок от продукта, следовательно физических причин для образования и роста трещин в сварных соединениях наружного резервуара нет в принципе. Поэтому сценарий хрупкого разрушения внутреннего резервуара и одновременно с этим аварийное повышение давления, приводящее к разрушению наружного резервуара с проливом жидкого аммиака во внешнюю среду считаем невероятным и не рассматриваем. Вероятность такого события не превышает $2,8 \times 10^{-12}$ год⁻¹.

Ввиду невероятности полного разрушения ИР с подвесной внутренней крышей не требуется сооружение защитной ж/б стены вокруг ИР. При любом повреждении внутреннего резервуара наружный резервуар полностью сдержит содержимое от пролива во внешнюю среду.

При аварийной разгерметизации наружного корпуса, вызванной частичным разрушением наружной крыши (или даже ее полным сносом) при росте внутреннего давления газообразного аммиака, испарение происходит с уровня верха наружной оболочки, которая в этом случае выполняет функцию защитной стенки. При этом резко сокращается риск поражения людей.

Для иллюстрации этого утверждения приведем результаты расчета зон токсического поражения при аварии ИР и проливе жидкого аммиака по методике ТОКСИ 2.2. Для примера взят ИР вместимостью 10000 т.

Рассматриваются 2 сценария аварии:

1) ИР ничем не огорожен, полное разрушение ИР, 10000 т аммиака свободно разливаются по площади предприятия;

2) в результате повышения внутреннего давления произошла разгерметизация наружного резервуара – полный отрыв крыши от стенки, испарение аммиака происходит с уровня 25 м – высоты наружной стенки.

На рис. 4 показан профиль токсичного облака – границы различных значений токсодозы для времени экспозиции 30 минут при испарении аммиака с уровня земли. На рис. 5 то же, но при испарении с уровня 25 м.

Рис.4

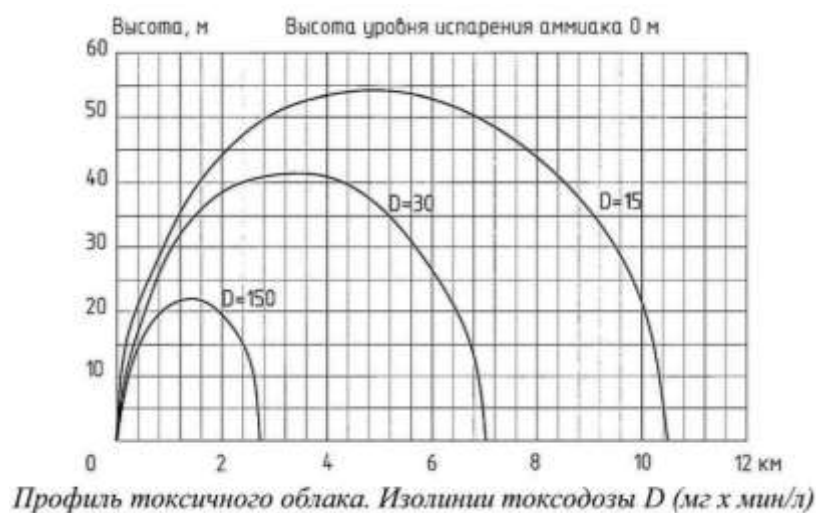


Рис.5



Из расчета следует, что при полном разрушении ИР и испарении

аммиака с уровня земли зона смертельного поражения представляет собой овал длиной 2780 м шириной 180 м площадью 0,4 км².

*) *Комментарии к рис. 5.* Условное время, в течение которого, как мы предполагаем, будут приняты меры по откачке жидкого аммиака или прекращению испарения – 24 часа. Данный параметр не влияет на предельную концентрацию аммиака в воздухе и границы токсодозы, т.к. через 2 – 2,5 часа после начала аварии при сохранении атмосферных условий устанавливается стационарный режим испарения аммиака и распространения его в воздухе.

При испарении аммиака с высоты наружной стенки граница смертельной токсодозы LD₅₀ = 150 мг.мин/л проходит на значительной высоте над землей (при времени экспозиции 30 мин – на высоте около 18 м). Люди, находящиеся на земле, оказываются вне опасной зоны и не только за 30 минут, но и за существенно большее время не могут получить смертельную токсодозу.

На рис. 5 и 6 показаны границы смертельной токсодозы LD₅₀ = 150 мг.мин/л при времени нахождения людей в данной точке пространства в течение 0,5 часа, 2, 4 и 6 часов. Видно, что смертельную токсодозу можно получить не менее чем за 5 – 6 часов нахождения без средств индивидуальной защиты на территории предприятия на расстоянии от 1250 м до 2200 м от места аварии по направлению ветра.

Рис.6



Таким образом, наиболее безопасная конструкция изотермического резервуара (ИР) сжиженного аммиака – двойной силовой корпус с открытым внутренним "стаканом".

Четвертухин Н.В.
Ларионов М.В.
Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В.

ООО «НПК Изотермик»

ГЕОДЕЗИЧЕСКИЕ ИЗМЕРЕНИЯ ОПОРНЫХ СТОЕК ШАРОВЫХ РЕЗЕРВУАРОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ЭКСПЕРТИЗЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Согласно "Инструкции по обследованию шаровых резервуаров и газгольдеров" (РД 03-380-00) [1] "геодезические измерения проводят в целях выявления величины неравномерной осадки опор и отклонений опорных стоек шарового резервуара (ШР) от вертикали, а также соответствия величин отклонений требованиям действующей нормативно-технической документации. Величина неравномерной осадки определяется путем нивелирования опорных плит стоек по периметру шарового резервуара и вычислений превышений между ними".

Критерии осадки опор в РД 03-380-00 не приведены. Не указаны они и "в действующей нормативно-технической документации". Поэтому в отсутствие четких критериев оценки допустимости осадки опор ШР геодезические измерения, как правило, заканчиваются занесением результатов в протокол без обсуждения.

При отсутствии на опорах ШР постоянных геодезических марок, с чем нередко приходится сталкиваться на практике, погрешность измерений осадок опор может составлять десятки миллиметров, особенно при опирании трубчатых опор не на плоские опорные плиты, а на закругленные верхние торцы железобетонных свай.

Авторы неоднократно сталкивались с ситуацией, когда согласно протоколам измерений, проведенных в разные годы организациями, проводившими ЭПБ, осадка или подъем опор ШР якобы составляла десятки миллиметров (до 80 – 100 мм), причем без каких-либо выводов в заключениях ЭПБ и последствиях для самого ШР. Повторные измерения, произведенные нами, давали результаты, практически полностью совпадающие с результатами измерений, полученных в первые годы эксплуатации ШР. Отличия осадок опор составляли не более 3- 4 мм.

С целью исследования действительной работы опор и оболочки ШР нами проведены расчеты шарового резервуара методом конечных элементов.

Рассматривался шаровой резервуар объемом 2000 м³, заполненный водой, и опирающийся на 12 трубчатых опор Ø289x14 мм. Внутренний диаметр шаровой оболочки – 16 м, толщина стенки – 22 мм. Весовая нагрузка с учетом веса металлоконструкций – 2160 тонн.

При оценке допустимости отклонений опор ШР от горизонтальной плоскости следует учитывать, что при заполненном резервуаре опорные стойки находятся в сжатом состоянии, поэтому просадка основания одной из стоек вниз означает увеличение длины стойки, т.е. ее разгрузку; подъем основания стойки вверх сопровождается увеличением сжимающего усилия в

стойке и, соответственно, увеличением нагрузки на узел стыка стойки с оболочкой.

Расчеты показывают, что тонкая шаровая оболочка рассматриваемого класса является достаточно жесткой конструкцией, и при просадке оснований опор точки экваториальной плоскости шара (как правило, точки стыка оболочки с опорами) незначительно выходят из плоскости. Например, при диаметре шара 16 м и выключении из работы одной из опор деформация экваториальной плоскости шара составляет не более 5,5 мм. Шаровая оболочка наклоняется практически как жесткое целое в сторону отсутствующей (выключенной из работы) стойки, что сопровождается перераспределением усилий в соседних стойках и их деформацией.

Авторы неоднократно сталкивались с ситуацией, когда расчет опорных стоек, приведенный в паспорте ШР, выданном заводом-изготовителем, выполнялся с запасом из условия выключения из работы одной из n стоек, при этом нагрузка на каждую из работающих стоек определялась из условия $P^* = P \frac{n}{n-1}$.

Наш расчет совершенно не подтверждает данное предположение.

На рис. 1 приведены значения нагрузок на опорные стойки ШР для следующих случаев: 1) все стойки работают одинаково; 2) из работы выключена одна стойка - № 1; 3) из работы выключены две стойки: № 1 и № 4.

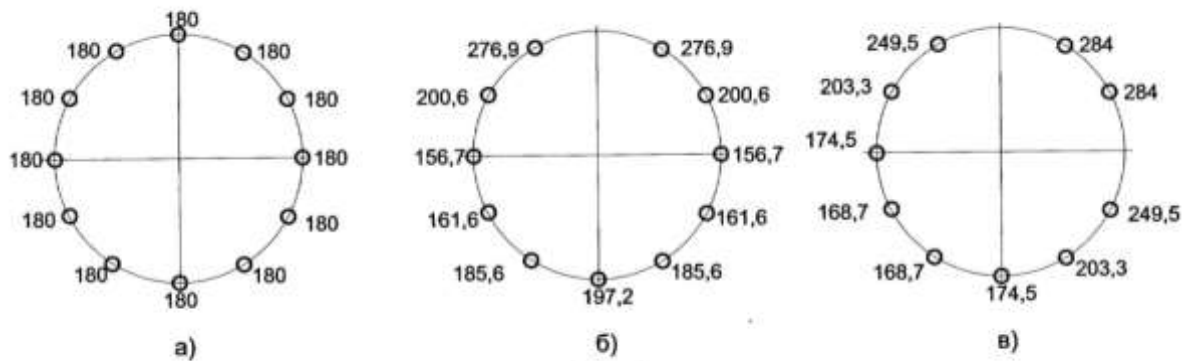


Рис. 1

Из рис. 1 видно, что при равномерной работе всех стоек нагрузка на каждую из них составляет 180 тс.

При выключении из работы стойки № 1 нагрузка на соседние стойки (№ 2 и № 12) возрастает до 276,9 т, т.е. в 1,54 раза, (а не в пропорции $12/11=1,09$).

При выключении из работы двух стоек, между которыми находятся 2 работающие стойки, максимальная нагрузка на стойку возрастает до 284 тс, т.е. в 1,58 раз. Мы видим, что в этом случае максимальная нагрузка на стойку незначительно отличается от случая с одной неработающей опорой за счет перераспределения усилий в опорных стойках.

Неравномерность перераспределения нагрузок на опорные стойки ШР

при выключении из работы одной из них следует учитывать при проектировании ШР путем увеличения расчетного осевого усилия на стойку в 1,5-1,6 раз.

В настоящее время в Ростехнадзор поданы предложения по актуализации РД 03-380-00. В части измерений осадок опор и критериев оценки их величин предлагается следующие критерии, основанные на расчетах.

Величину неравномерной осадки опор предлагается определять путем нивелирования по периметру ШР высотных отметок элементов конструкций опорной системы, не допускающих неоднозначной трактовки результатов, полученных в разные годы: по верху металлических опорных плит стоек при условии установки геодезической рейки на постоянную точку, отмеченную краской, по геодезическим маркам и т.п.

Допускаются следующие отклонения опор стоек от горизонтальной плоскости:

- просадка одной опоры вниз не более чем на 10 мм по сравнению с плоскостью остальных опор;
- просадка двух опор, между которыми находится не менее трех не просевших опор, не более, чем на 10 мм;
- подъем одной опоры вверх не более чем на 5 мм;
- подъем двух опор, между которыми находится не менее трех нормальных опор не более чем на 5 мм.

В других случаях возможность дальнейшей эксплуатации резервуара следует подтвердить расчетом, выполненным специализированной организацией.

Практика показывает, что неравномерная просадка одной (двух, трех) опор шарового резервуара на 3 мм и более – явление маловероятное. Поэтому при получении такого результата следует проверить погрешность нивелирования, возможно, провести нивелировку повторно, прежде чем делать выводы.

Отклонения стоек от вертикали не должны превышать 1/100 высоты стойки. При обнаружении больших отклонений для решения вопроса о безопасности дальнейшей эксплуатации ШР следует привлекать специализированную организацию. Выводы подтверждать расчетом.

При визуальном и измерительном контроле состояния опор следует обратить внимание на целостность трубчатых стоек. Опасность представляет разрыв трубчатых стоек льдом от замерзания затекшей в них воды через неплотности в сварных соединениях. При обнаружении повреждений 2-х стоек и более дальнейшая эксплуатация ШР без их ремонта и ремонта мест попадания в них воды не должна допускаться.

Использованные источники:

1. РД 03-380-00. Инструкция по обследованию шаровых резервуаров и газгольдеров для хранения сжиженных газов под давлением, М., 2001.

Четвертухин Н.В.

Ларионов М.В.

Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В.

ООО «НПК Изотермик»

РАСЧЕТЫ ПРИ ЭКСПЕРТИЗЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЯМОУГОЛЬНЫХ ЕМКостей ХИМИЧЕСКИХ ПРОИЗВОДСТВ

При экспертизе промышленной безопасности прямоугольных емкостей химических производств (технологических ванн), широко используемых для различной обработки, возникает задача расчета ванн под гидростатической нагрузкой от жидких реагентов – растворов кислот, щелочей и т.п. На первый взгляд в сравнительно небольшой ванне, допустим, 1 метр глубиной, вряд ли могут развиваться значительные напряжения, и возникает сомнение в целесообразности постановки задачи расчета на прочность. Однако, это не так. В прямоугольной ванне с плоскими вертикальными стенками даже при небольших ее размерах могут возникнуть значительные внутренние напряжения, сравнимые с напряжениями в вертикальном цилиндрическом резервуаре даже значительно больших размеров, который в силу своей формы больше приспособлен для сдерживания гидростатической нагрузки.

В настоящее время расчеты таких ванн обычно производятся методом конечных элементов (МКЭ) по универсальным программам (АНСИС, ЛИРА и т.п.). Однако каждый такой расчет дает одно конкретное решение для заданных условий: материала ванны, размеров ванны, толщины стенки, плотности жидкости. При ЭПБ приходится сталкиваться с ситуацией расчета большой группы однотипных ванн с различной толщиной стенок, например, вследствие коррозионного износа.

Поэтому в этом случае предпочтителен подход строительной механики: использовать общее решение задачи в виде алгебраической формулы [1]. Формула расчета стенок ванн приведена, в частности, в монографии [1].

Цель этой статьи – развитие именно этого подхода – численное нахождение коэффициента, входящего в расчетную формулу [1] для

определения максимального напряжения в вертикальной стенке ванны, в широком диапазоне соотношений ее сторон.

Расчетная модель стенки ванны – вертикальная прямоугольная пластина, находящаяся под действием гидростатического давления, защемленная по боковым краям и нижней границе, и подкреплённая ребром жесткости – уголком L50 - сверху (рис. 1).

Расчет производится в линейной постановке.

Согласно теории пластин [1] для ванн прямоугольной формы и для данных граничных условий максимальное напряжение под гидростатической нагрузкой развивается в месте стыка стенки с дном на середине стороны наибольшего размера (т. А на рис. 1).

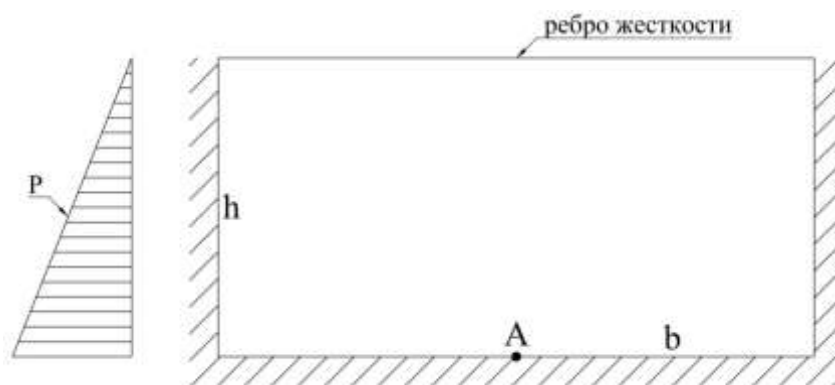


Рис. 1. Вид ванны сбоку. Расчетная схема.

Для расчета напряжения используем соотношения теории пластин [1]:

$$M_{\max} = \beta \cdot p \cdot b^2; \quad \sigma_{\max} = \frac{6M_{\max}}{t^2}, \quad (1)$$

$$\text{откуда следует, что } \sigma_{\max} = 6\beta p \left(\frac{b}{t}\right)^2 \quad (2)$$

где:

p – значение гидростатического давления хранимого продукта на уровне дна ванны;

t – толщина стенки;

M_{\max} – максимальный изгибающий момент;

β – коэффициент, зависящий от соотношения размеров сторон пластины b/h ;

σ_{\max} – максимальное изгибное напряжение.

Значение коэффициента β для каждого соотношения b/h определяем путем расчета напряженно-деформированного состояния стенки методом конечных элементов (МКЭ). Получив σ_{\max} по МКЭ для заданного h/b , рассчитываем β по формуле $\beta = \frac{\sigma_{\max}}{6p} \left(\frac{t}{b}\right)^2$.

Полученное значение β используем для расчета напряжения в других

ваннах с таким же соотношением сторон стенок по формуле (2).

Для расчета максимального напряжения при ЭПБ берем фактическую минимальную толщину стенки на участках равномерной коррозии $t_{\text{факт min}}$. Изолированные коррозионные язвы согласно [2] не учитываем.

Расчет стенки методом конечных элементов выполняем по программе РАСК (сертификат № 0896315, действующий до 14.10.2016). Для всех ванн используем сетку $40 \times 40 = 1600$ прямоугольных конечных элементов.

На рис 2, 3 приведены результаты расчета МКЭ - поля максимальных главных напряжений на внутренней поверхности вертикальных стенок ванн с размерами наибольших сторон 1200×1000 мм и 1000×1000 мм (размеры меньших сторон роли не играют).

Приведем пример: Максимальное напряжение в стенке ванны размерами в плане 1200×800 мм высотой 1000 мм при заполнении ее раствором серной кислоты с плотностью $1,52 \text{ т/м}^3$ $\sigma_{\text{max}} = 142$ МПа. Для сравнения работы ванн с плоскими стенками и цилиндрических вертикальных резервуаров укажем, что такое же напряжение возникает в вертикальном резервуаре диаметром $12,45$ м высотой $7,5$ м с такой же толщиной стенки 5 мм, заполненном доверху тем же раствором. При этом ванна содержит 1 м^3 раствора, а РВС – 914 м^3 . (Сравнительная иллюстрация работы цилиндрической оболочки и прямоугольной емкости).

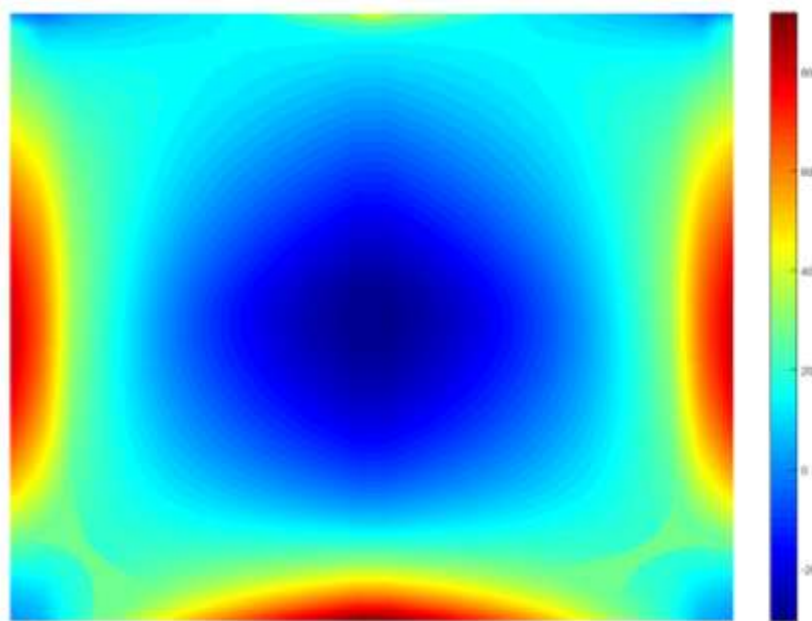


Рис. 2. Поле максимальных главных напряжений (МПа) на внутренней поверхности боковой стенки $1200 \text{ мм} \times 1000 \text{ мм}$, $t=5 \text{ мм}$, $p = 12 \text{ КПа}$, (+ растяжение, минус – сжатие). Расчет МКЭ

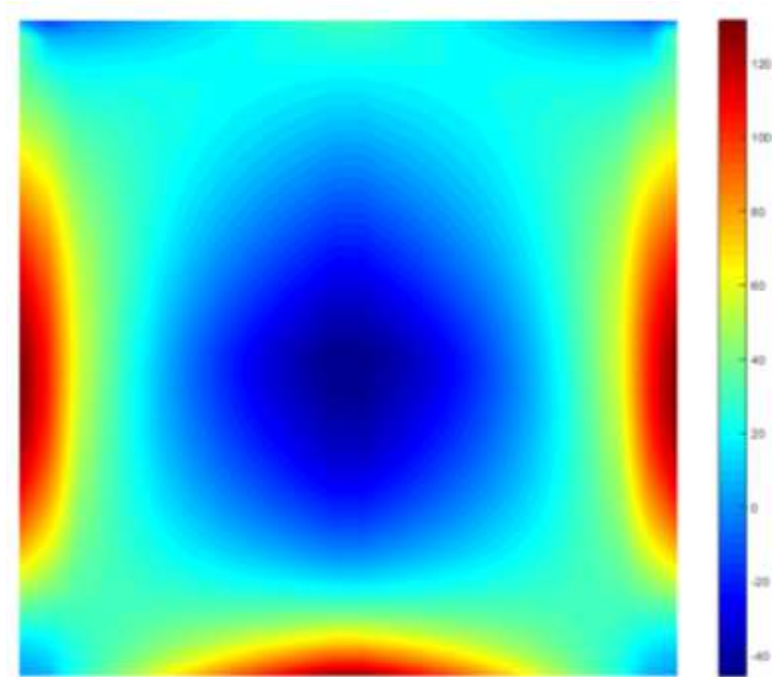


Рис. 3. Поле максимальных главных напряжений МПа) на внутренней поверхности боковой стенки 1000мм x1000 мм, $p_0 = 15,2$ КПа, (+ растяжение, минус – сжатие)

В таблице 1 приведены результаты работы - рассчитанные значения коэффициента β для стенок ванн с соотношением сторон b/h от 0,5 до 3,0.

Таблица 1

№ п/п	b/h	β	№ п/п	b/h	β
1	0,5	0,0372	9	1,5	0,0215
2	0,6	0,0363	10	1,6	0,0198
3	0,7	0,0352	11	1,8	0,0169
4	0,8	0,0344	12	2,0	0,0145
5	1,0	0,0308	13	2,2	0,0125
6	1,2	0,0271	14	2,5	0,0102
7	1,3	0,0248	15	3,0	0,00765
8	1,4	0,0233			

Значения коэффициента β , приведенные в таблице, могут быть использованы при ЭПБ для расчета максимального напряжения при фактической толщине стенки или минимально допускаемой толщине стенки, а также при проектировании ванн.

Использованные источники:

1. С.П. Тимошенко, С. Войновский-Кригер "Пластики и оболочки", М., "Физматгиз", 1963.
2. РД 03-421-01 "Методические указания по проведению диагностирования технического состояния и определению остаточного срока службы сосудов и аппаратов".

Четвертухин Н.В.

Ларионов М.В.

Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В

ООО «НПК Изотермик»

**РАСЧЕТНОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ УСЛОВИЙ
ЭКСПЛУАТАЦИИ ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ ЦИЛИНДРИЧЕСКОЙ
ЕМКОСТИ**

Подземная емкость раньше являлась котлом вагона-цистерны модель 65 грузоподъемностью 67 тонн, предназначенной для перевозки нефтепродуктов.

Котел цистерны состоит из цилиндрической обечайки, сваренной из продольных листов (нижнего, толщиной 11 мм и боковых и верхних 8 мм.) и двух днищ эллиптической формы толщиной 10мм. Налив нефтепродуктов осуществлялся через люк диаметром 570 мм, расположенный в верхней половине центральной части котла. Рядом с люком находится предохранительный клапан, отрегулированный на избыточное давление 1,5 кг/см² и пониженное давление 0,3 см². Основные элементы котла люк, крышка люка, предохранительный клапан, сливной прибор изготовлены из

двухслойной стали с плакирующим слоем из нержавеющей стали. Для использования в качестве подземной емкости котел был модернизирован по чертежам альбома 14268-11,12,17-КМ, разработанным ООО «Геострой - Проект», г. Егорьевск Московской области. Люк, предохранительный клапан, сливной прибор были вырезаны и заварены внахлест листовым прокатом марки С245 по ГОСТ 27772-88 толщиной 8 мм. Вместо них были вварены колодцы 800 мм и 400 мм, два штуцера диаметром 108 мм входа дренажа и перелива, штуцер дыхательного клапана 57x3,5 мм, штуцер пропарки 57x3,5 мм и штуцер метрштока 45x2,5. ОпираНИЕ подземной емкости происходит на 2 ложементы с углом охвата обечайки 120°, кроме того емкость зафиксирована на ложементах стальной полосой. Сами ложементы устанавливаются на бетонный фундамент и крепятся к нему анкерными болтами. По результатам поверочных расчетов подземная емкость была усилена изнутри ребрами жесткости (рис.1), в соответствии с чертежами серии 14268-11,12,17-КМ. Противокоррозионное покрытие согласно Проекту предусмотрено - в 1 слой стеклоткани с мастикой, в соответствии с СП 28.13330. 2012. Для предотвращения загрязнения окружающей среды вокруг дренажной емкости по дну котлована выстилается геомембрана.

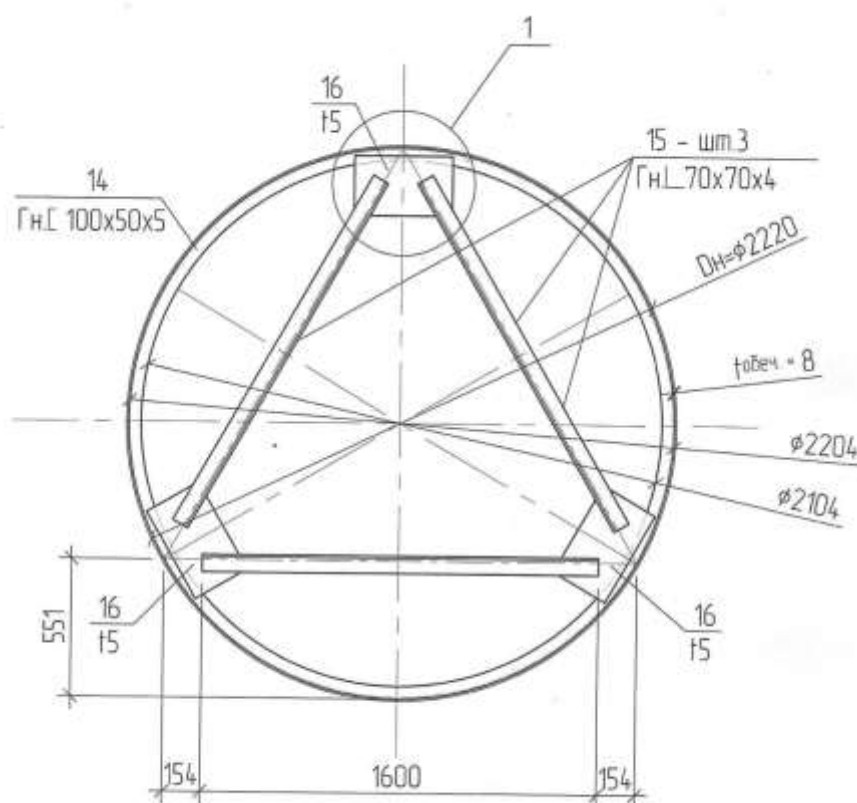


Рис. 1

Цель расчета – определить возможность использования цистерны в качестве дренажного горизонтального подземного резервуара.

Основной нагрузкой для подземного резервуара является внешнее

давление грунта.

Расчет резервуара - цилиндрической обечайки и эллиптического днища на действие внешнего давления проводим согласно ГОСТ Р 52857-2007 [1, 2].

Давление хранимого продукта согласно [3] не учитываем, т.к. оно оказывает разгружающее воздействие. (Расчетный случай: резервуар без продукта должен выдерживать давление грунта).

Расчетные формулы ГОСТ Р 52857.2-2007 [2] приведены для случая действия внешнего давления, постоянного как по длине, так и по окружности оболочки. Для приведения давления грунта к эквивалентному равномерному внешнему давлению пользуемся методикой [3]. Согласно [3] расчет подземного резервуара ведется на среднее давление, эквивалентное давлению грунта, которое рассчитывается по формулам

$$\begin{aligned} p_{ср} &= 0,7(p_g + p_v); \\ p_v &= \gamma_f \gamma_0 (H + 0,15D_n) \\ p_z &= \gamma_f \gamma_0 (H + 0,5D_n) \cdot \operatorname{tg}^2\left(45^\circ - \frac{\phi}{2}\right) \end{aligned}$$

Обозначения в формулах:

$p_{ср}$ – среднее давление грунта;

p_v □ интенсивность вертикального давления грунта;

p_g □ интенсивность горизонтального (бокового давления грунта);

$\gamma_f = 1,3$ - коэффициент надежности по нагрузке от давления грунта;

$\gamma_0 = 1,8 \text{ т/м}^3$ □ удельный вес грунта;

H – высота засыпки до верха резервуара;

$\phi = 30^\circ$ □ угол внутреннего трения грунта;

D_n – наружный диаметр резервуара;

$k = 2,4$ – коэффициент запаса устойчивости по ГОСТ Р 52857.1-2007.

Минимально допускаемую толщину стенки рассчитываем по формулам п. 5.3.2 ГОСТ Р 52857.2-2007

$$t_{\min} = \max \left\{ 1,06 \frac{10^{-2} D}{B} \left(\frac{p}{10^{-5} E D} \frac{L}{D} \right)^{0,4}; \frac{1,2 p D}{2[\sigma] - p} \right\}$$

$$\text{где } B = \max \left\{ 1; 0,47 \left(\frac{p}{10^{-5} E} \right)^{0,067} \left(\frac{L}{D} \right)^{0,4} \right\}.$$

Здесь p – расчетное давление (в данном случае – среднее давление грунта);

L – длина обечайки;

E – модуль упругости стали.

Минимально допускаемую толщину эллиптического днища рассчитываем по методике п. 6.3.2 ГОСТ Р 52857.2-2007.

Толщину днища определяем по формуле

$$t_{\text{дн}} = \max \left\{ \frac{K_э R}{161} \sqrt{\frac{n_y p}{10^{-5} E}} \right\}; \frac{1,2 p R}{2[\sigma]}$$

Коэффициент $K_э$ определяем по формуле

$$K_э = \frac{1 + (2,4 + 8x)x}{1 + (3,0 + 10x)x}$$

где параметр x и необходимые для его вычисления параметры определяем по формулам (47), (52) ГОСТ Р 52857.2-2007.

Исходные данные и результаты расчета приведены в таблице 1.

Таблица 1

№ n/n	Исходные данные:	
1	Диаметр резервуара R, мм:	2220
2	Длина обечайки, мм	9490
3	Фактическая минимальная толщина обечайки t , мм	8,0
4	Средняя толщина обечайки, мм	8,2
5	Фактическая минимальная толщина днищ, мм	10,1
6	Средняя толщина днищ, мм	10,4
7	Коэффициент надежности по нагрузке от давления грунта γf :	1,3
8	Удельный вес грунта γ_0 , т/м ³ :	1,8
9	Угол внутреннего трения грунта,	30о
10	Расчетная температура, оС	20о
11	Допускаемое напряжение для Ст3 при 20оС, кгс/см ²	1540
	Результаты расчета	
	При высоте засыпки до верха резервуара H , м	0,5
1	Среднее давление грунта $p_{ср}$, кгс/см ²	0,224
2	Минимально допускаемая толщина стенки цилиндр. оболочки, мм *)	6,85
3	Минимально допускаемая толщина эллиптических днищ, мм *)	2,12
	При высоте засыпки до верха резервуара H , м	0,85
4	Среднее давление грунта $p_{ср}$, кгс/см ²	0,30
5	Минимально допускаемая толщина стенки цилиндр. оболочки, мм	7,7
	Минимально допускаемая толщина эллиптических днищ, мм	2,5

*) В данном случае согласно ГОСТ Р 52857-2007 толщина элементов резервуара определяется из расчета на устойчивость, который устанавливает минимальные требования к средней толщине элементов резервуара. (Пример: при высоте засыпки 0,8 м средняя толщина обечайки должна быть не менее 7,7 мм). Локальные участки с толщиной меньше, чем минимально допускаемая по расчету на устойчивость, в местах изолированных коррозионных язв практически не снижают прочность и устойчивость конструкции и могут не приниматься во внимание.

Заключение

1. Цистерна может быть использована в качестве подземной дренажной емкости при условии, что высота засыпки над верхней образующей не превысит 0,85 м.

Использованные источники:

1. ГОСТ Р 52857.1-2007. Сосуды и аппараты. Нормы и методы расчета на прочность. Общие требования.
2. ГОСТ Р 52857.2-2007. Сосуды и аппараты. Нормы и методы расчета на прочность. Расчет цилиндрических и конических обечаек, выпуклых и плоских днищ и крышек.
3. Справочник проектировщика. Металлические конструкции. ЦНИИПСК им. Мельникова, М., Изд-во "АСТ", 1998.

Четвертухин Н.В.

Ларионов М.В.

Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В.

ООО «НПК Изотермик»

РАСЧЕТНОЕ ОБОСНОВАНИЕ ДОПУСТИМОСТИ ДЕФЕКТОВ ФОРМЫ КРОВЛИ ИЗОТЕРМИЧЕСКОГО РЕЗЕРВУАРА СУГ

Рассматриваемая конструкция представляет собой изотермический резервуар (ИР) для хранения сжиженного изобутана вместимостью 10000 т. Резервуар двустенной конструкции - внутренний резервуар, в котором непосредственно хранится сжиженный газ, и внешний резервуар, служащий ограждающей конструкцией для теплоизоляции. И внутренний, и наружный резервуары имеют стационарные сферические купольные крыши. Геометрические параметры ИР: внутренний диаметр 30,3 м, высота внутренней стенки 23,35 м. Строительство данного ИР было начато в 80-х годах прошлого века, выполнено на 80-90%, но не завершено по финансовым причинам.

В 2014 году была проведена экспертиза промышленной безопасности ИР с целью определения пригодности конструкций ИР к продолжению и завершению строительства.

В ходе ЭПБ были выявлены два вида дефектов сопряжения цилиндрической стенки внутреннего резервуара с купольной сферической крышей, не отмеченные в монтажной документации 80-х годов:

1) подгиб верхней кромки листа верхнего пояса стенки на 100 мм наружу;

2) подгиб нижней кромки листа тора внутрь, что привело к «нависанию» тора над стенкой на 150 мм (рис. 1).

Общая протяженность дефектных участков – более 15 м.

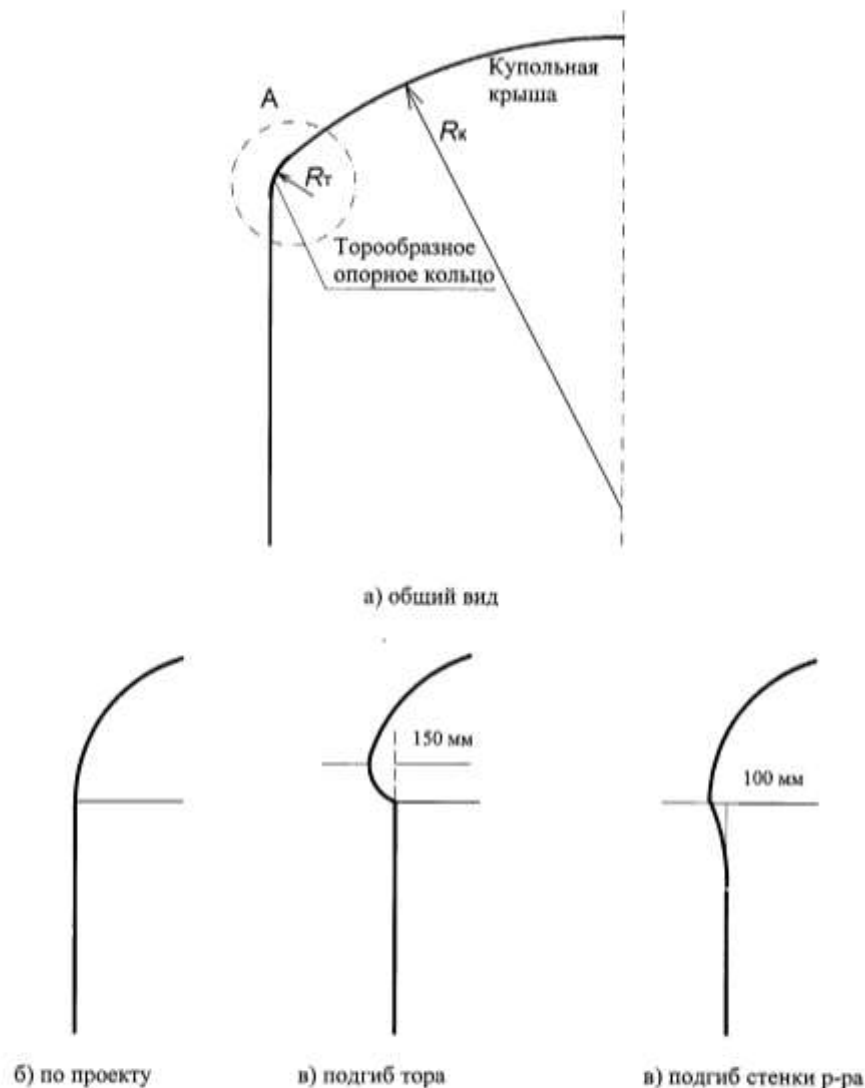
По проекту плавное сопряжения цилиндрической стенки со

сферической крышей обеспечивает переходной элемент – торообразное опорное кольцо (рис. 1).

По результатам обследования дефектных участков сделан вывод, что, по-видимому, на данных участках фактический диаметр некоторых секторов крыши оказался выше проектного, и при монтаже ИР в 80-х г.г. производилась подгонка по месту зоны сопряжения стенки с торообразным переходом крыши с применением нагрева и изгиба элементов конструкции.

Исправление этой ситуации, т.е. приведение конструкций в соответствие с проектом не представляется возможным, толщины элементов: верхний пояс стенки - 10 мм, тор – 12 мм. Поэтому цель работы – выполнение расчетов изотермического резервуара с учетом обнаруженных дефектов и определение возможности эксплуатации ИР с указанными дефектами.

Расчеты изотермического резервуара с учетом данных дефектов проведены по программам РАСК (расчет крыши методом конечных элементов) разработки НПК «Изотермик» и КИРР (расчет оболочек вращения) разработки МГТУ «Станкин». Наиболее напряженный режим работы участка сопряжения стенки и крыши резервуара – действие внутреннего избыточного давления. Расчетное избыточное давление эксплуатации - 8 кПа, давление пневмоиспытания – 10 кПа. Поскольку рассматриваемая зона находится выше уровня налива продукта, напряженное состояние в верхней части стенки, торообразном переходе и сферической крыше определяется величиной избыточного давления парогазовой среды над продуктом и не зависит от уровня налива и от цикличности налива ИР.



Узел А - сопряжение стенки резервуара с торообразным опорным кольцом

Рис. 1. Схема дефектов

Рассчитываемая оболочечная конструкция включает два верхних пояса стенки резервуара высотой 3000 мм, торообразное опорное кольцо крыши и сферическую крышу резервуара с кольцевыми ребрами жесткости. Все элементы конструкции изготовлены из стали 09Г2.

Каждый конструктивный элемент (цилиндр, тор, сфера) представляется набором нескольких оболочечных элементов (оболочек).

Для моделирования изгиба тора, по проекту имеющего радиус кривизны 1800 мм, обеспечения «нависания» тора над стенкой на 150 мм и в то же время плавного перехода к сферической крыше с радиусом кривизны 24000 мм тор представляется на расчетной схеме последовательным набором трех торообразных оболочечных элементов различной кривизны. Рассмотрено 3 варианта кривизны участков тора:

- 1) $R_1 = 1200$ мм, $R_2 = 1500$ мм, $R_3 = 1800$ мм;

2) $R1 = 800$ мм, $R2 = 1300$ мм, $R3 = 1800$ мм;

3) $R1 = 400$ мм, $R2 = 1100$ мм, $R3 = 1800$ мм.

Минимальный радиус кривизны $R1$ имеет участок сопряжения со стенкой резервуара, максимальный – проектный радиус $R3$ имеет участок сопряжения со сферической крышей.

Фактическая замеренная при обследовании высота участка подгиба верха стенки резервуара – не менее 500 мм. Фактический минимальный радиус кривизны подгиба тора – не менее 500 – 600 мм. Расчеты проведены для двух значений высоты участка подгиба стенки резервуара: 700 мм и 350 мм.

Ниже на рисунках 2 – 7 приведены эпюры напряжений для указанных вариантов расчета.

Во всех нижеприведенных примерах нагрузкой является внутреннее избыточное давление пневмоиспытаний 0,1 кгс/см² плюс собственный вес металлоконструкций крыши – 90,3 т, задаваемый в виде равномерно распределенной по поверхности крыши нагрузки и оказывающий для внутреннего давления разгружающее действие.

В приведенных на рис. 2 - 5 эпюрах напряжений вертикальная ось резервуара повернута на 90° и изображена горизонтально. (Такое изображение координатных осей принято в программе расчета оболочек вращения - ось вращения считается горизонтальной). Контур сечения резервуара изображен черной линией, положительные – растягивающие напряжения – голубым цветом, отрицательные - сжимающие напряжения – желтым цветом. На данных фрагментах эпюр горизонтальный участок слева – верх стенки резервуара, затем идет торообразный участок перехода, затем правее – сферический участок купола крыши.

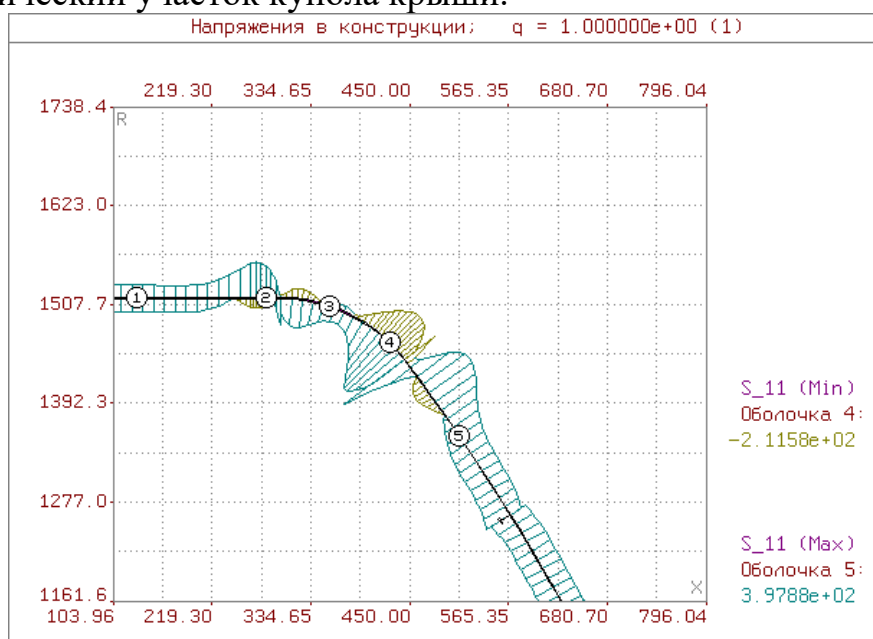


Рис. 2. Проектная конструкция опорного кольца крыши. Фрагмент эпюры меридионального напряжения. Максимальное напряжение в

торообразном переходе - +343 кгс/см². Максимальное напряжение в стенке + 190 кгс/см².

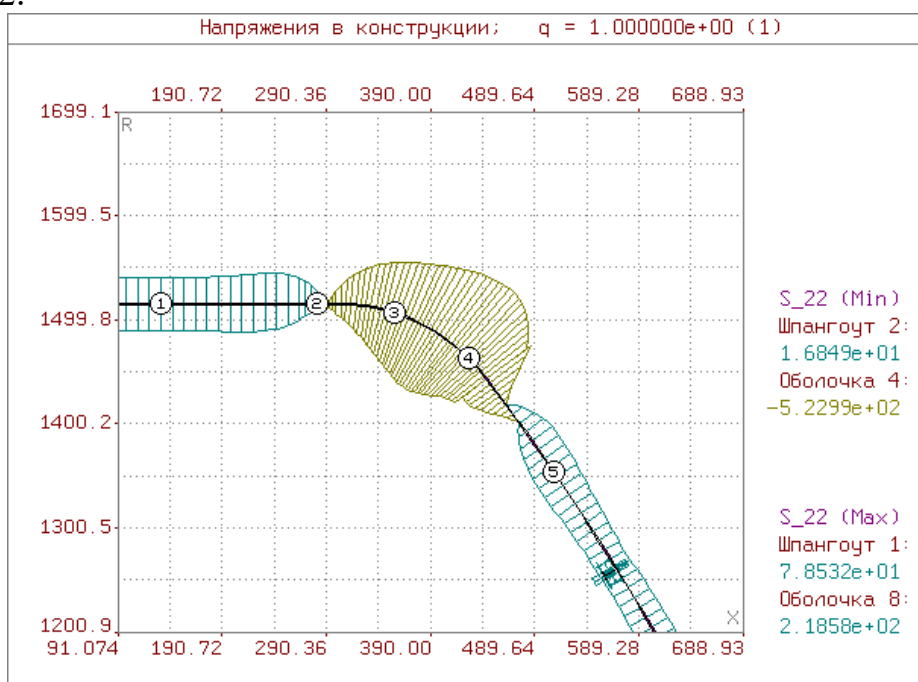


Рис. 3. Проектная конструкция опорного кольца крыши. Фрагмент эпюры кольцевого напряжения. Максимальное напряжение в торообразном переходе – сжатие -522 кгс/см². Максимальное напряжение в стенке +201 кгс/см².

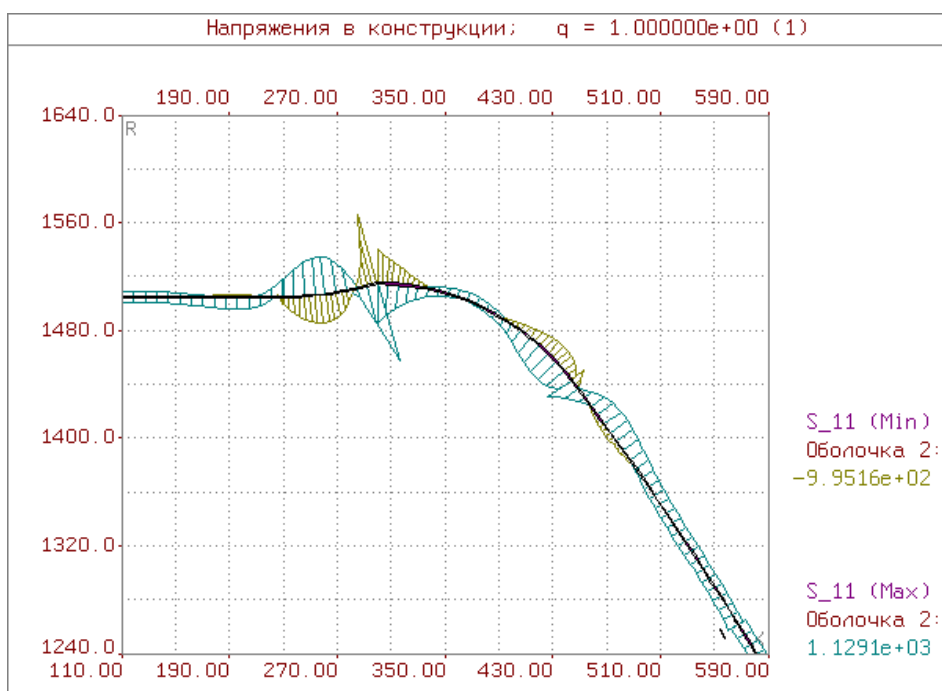


Рис. 4. Подгиб верхней кромки листа пояса № 15 на 100 мм на участке высотой 700 мм. Фрагмент эпюры меридионального напряжения. Максимальное осевое напряжение в стенке {+ 1129; □995} кгс/см². Максимальное напряжение в торообразном переходе +546 кгс/см².

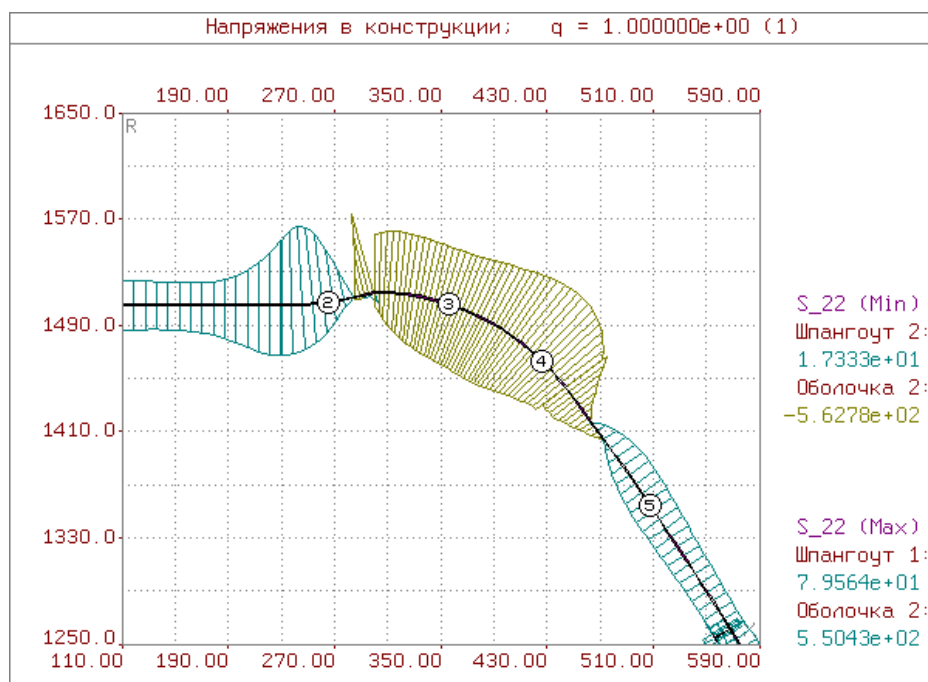


Рис. 5. Подгиб верхней кромки листа верхнего пояса стенки на 100 мм на участке высотой 700 мм. Фрагмент эпюры кольцевого напряжения. Максимальное кольцевое напряжение в стенке {+ 550; □562} кгс/см². Максимальное напряжение в торообразном переходе – сжатие -512 кгс/см².

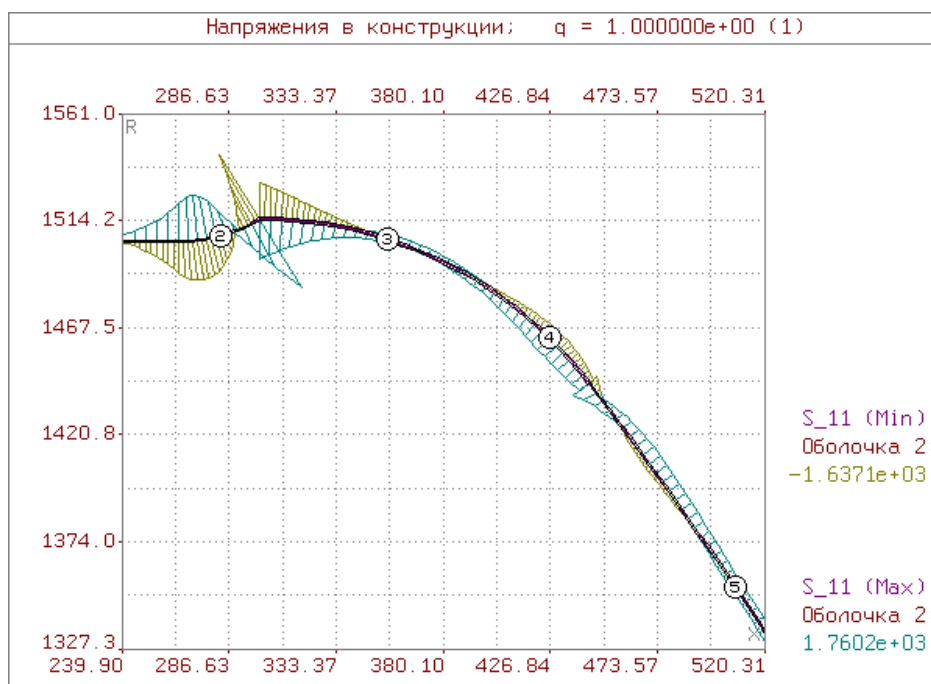


Рис. 6. Подгиб верхней кромки листа пояса № 15 на 100 мм на участке высотой 350 мм. Фрагмент эпюры меридионального напряжения. Максимальное осевое напряжение в стенке {+ 1760; □1637} кгс/см². Максимальное напряжение в торообразном переходе +845 кгс/см².

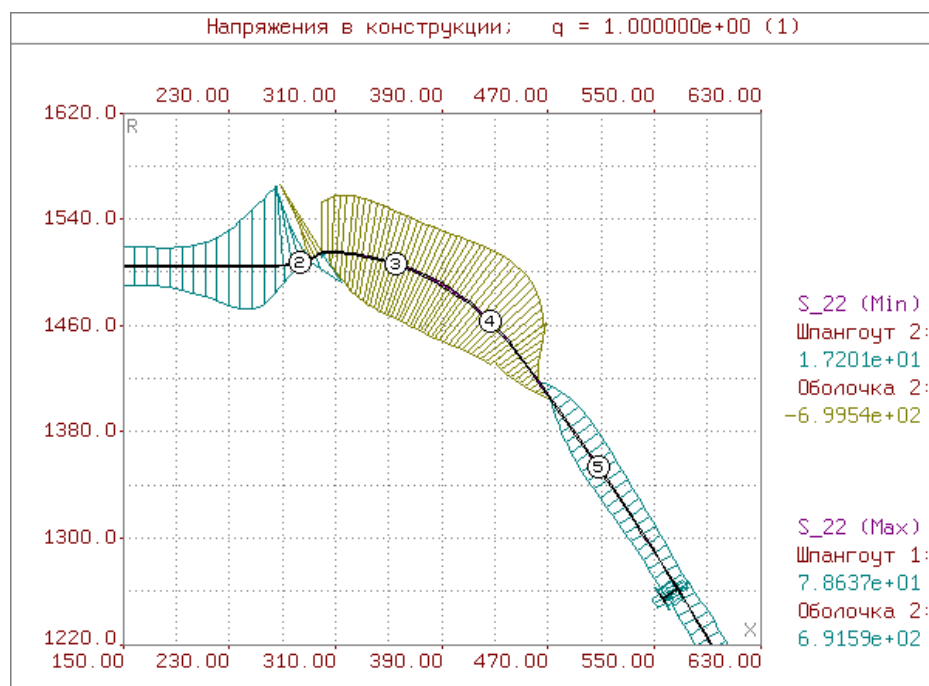


Рис. 7. Подгиб верхней кромки листа пояса № 15 на 100 мм на участке высотой 350 мм. Фрагмент эпюры кольцевого напряжения. Максимальное кольцевое напряжение в стенке + 691 кгс/см². Максимальное напряжение в торообразном переходе – сжатие -509 кгс/см².

ВЫВОДЫ

1. Наличие отклонений от проекта в конструкции стыка торообразного опорного кольца крыши внутреннего резервуара в виде подгиба нижней кромки тора или подгиба верхней кромки верхнего пояса стенки резервуара оказывает влияние на напряженно-деформированное состояние узла стыка, проявляющееся в образовании зоны изгиба в верхней части стенки резервуара и резком увеличении за счет изгиба фибровых осевых напряжений в этой зоне.

2. Поскольку рассматриваемая зона находится выше уровня налива продукта, напряженное состояние в верхней части стенки, торообразном переходе и сферической крыше определяется величиной избыточного давления парогазовой среды над продуктом и не зависит от уровня налива и от цикличности налива ИР.

3. Значительное влияние на величину изгибных напряжений оказывают кривизна подгиба тора и кривизна подгиба верха стенки резервуара. С уменьшением радиусов этих кривизн напряжения изгиба в стенке резервуара и торе возрастают. Расчеты выполнены для нескольких значений радиусов кривизн подгиба тора и стенки резервуара, диапазон которых охватывает фактически измеренные при обследовании кривизны подгиба элементов конструкции.

4. Для наиболее напряженного режима – пневмоиспытаний резервуара - максимальные фибровые осевые напряжения в верхней части пояса № 15 стенки резервуара для обоих видов дефектов возрастают значительно – до 8

- 10 раз по сравнению с напряжениями в конструкции, выполненной в соответствии с проектом. Однако в худшем из рассмотренных случаев – подгибе тора с радиусом кривизны 400 мм при пневмоиспытании – максимальное напряжение не превышает 68% расчетного сопротивления по пределу текучести стали 09Г2.

5. Напряжения в торе на дефектных участках для обоих видов дефектов возрастают значительно меньше, чем в стенке резервуара: в 2 – 3 раза по сравнению с участками, выполненными без отклонений от проекта. Значения напряжений во всех рассмотренных случаях не превышают 32% расчетного сопротивления по пределу текучести стали 09Г2.

6. Для режима эксплуатации при расчетном избыточном давлении 0,08 кгс/см² даже при максимальных рассмотренных кривизнах подгиба стенки или тора (т.е. при минимальных рассмотренных радиусах кривизн) максимальное напряжение в стенке резервуара не превышает 1615 кгс/см², т.е. 52% расчетного сопротивления стали 09Г2 по пределу текучести. Поэтому данные дефекты при эксплуатации и пневмоиспытании резервуара реальной опасности не представляют.

7. Проведены также расчеты на малоцикловую усталость, позволяющие оценить влияние колебаний избыточного давления на ресурс эксплуатации ИР. Согласно расчетам предельно допустимое число циклов колебания избыточного давления в пределах от 0,02 кгс/см² до 0,07 кгс/см² превышает 2,5 млн. (с учетом принятого в нормах коэффициента запаса по количеству циклов $n=10$), т.е. колебания избыточного давления над жидкостью практически не оказывают влияния на ресурс работы ИР.

Результаты расчетов позволяют сделать следующее

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Обнаруженные дефекты – отклонения от проекта на участке стыка торообразного опорного кольца крыши с верхом стенки внутреннего резервуара изотермического хранилища оказываются не критичными для безопасной работы изотермического резервуара и не требуют исправления.

3. По завершению строительства при надлежащем качестве контроля монтажных работ резервуар может быть допущен к эксплуатации с наличием данных отклонений от проекта.

4. Рабочее избыточное давление над хранимым продуктом не должно превышать 0,08 кгс/см². Давление пневмоиспытаний не должно превышать 0,1 кгс/см².

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 21.07.97 г. №116-ФЗ. О промышленной безопасности опасных производственных объектов. М.НТЦ «Промышленная безопасность», 2004 г.
2. СП 16.13330.2011. Нормы проектирования. Стальные конструкции. (Актуализированная редакция СНиП II-23-81).

3. СП 20.13330.2011. Нагрузки и воздействия. (Актуализированная редакция СНиП 2.01.07-85).

4. ПНАЭ Г-7-002-86. Нормы расчета на прочность оборудования и трубопроводов атомных энергетических установок, М, "Энергоиздат", 1989.

Четвертухин Н.В.

Ларионов М.В.

Чернобров А.Р.

Журавлев М.Д.

Широнин Е.В.

ООО «НПК Изотермик»

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО КОРРЕКТИРОВКЕ СРОКОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ДИАГНОСТИРОВАНИЯ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ

Со времени утверждения в качестве нормативного документа Ростехнадзора "Инструкции по проведению комплексного технического освидетельствования изотермических резервуаров сжиженных газов" (РД 03-410-01) прошло 15 лет. За эти годы экспертными организациями, проводящими ЭПБ изотермических резервуаров, накоплен опыт, позволяющий переосмыслить некоторые положения РД 03-410-01.

В настоящей статье мы рассмотрим только один аспект - периодичность технического диагностирования.

Согласно существующему положению полное обследование ИР с освобождением от продукта полагается проводить через 10 лет после ввода ИР в эксплуатацию и далее каждые 8 лет. При невозможности проведения полного обследования допускается по согласованию с местным органом Ростехнадзора заменить его частичным обследованием ИР в режиме эксплуатации (т.е. без внутреннего обследования), по результатам которого возможно продление эксплуатации до проведения следующего полного обследования только на один год.

Последние годы (по крайней мере, до введения санкций) все в большей степени намечались контакты с зарубежными фирмами в области проектирования и строительства ИР в России. Указанное положение РД 03-410-01 о периодичности обследования вступает в противоречие с мировой практикой частоты проведения внутренних обследований ИР. Например, согласно нормативам французской фирмы Technip – одного из лидеров мирового резервуаростроения для СПГ – вновь построенный ИР должен работать без остановки 30 лет, затем (причем, только при необходимости) может быть проведено внутреннее обследование, после которого ИР должен работать без внутреннего осмотра еще 20 лет. Упор сделан на качество изготовления и монтажа ИР. Периодичность внутреннего обследования согласно российскому нормативному документу вызывает возражение зарубежных специалистов, вплоть до отказа от гарантийного срока

эксплуатации (30 лет). Это, в свою очередь, неприемлемо для Заказчика.

Влияние набора информации, полученной только при полном обследовании на полноту знаний о состоянии ИР в РД 03-410-01 сильно преувеличено. Значительная часть информации о состоянии ИР может быть получена при частичном обследовании. Низкотемпературное хранение многих сжиженных газов, как правило, не сопровождается коррозией металла. Физических причин для роста трещин в сварных соединениях, тщательно проконтролированных при монтаже, при нормальной эксплуатации ИР нет. Поэтому с этой точки зрения внутренний осмотр мало что дает. Коррозионное растрескивание внутренней поверхности ИР в среде некоторых сжиженных газов: аммиака, бутана и др. при значительном поражении, представляющем угрозу безопасности эксплуатации ИР, может быть выявлено и без доступа внутрь, например, акустико-эмиссионным методом. К информации о состоянии ИР, которая может быть получена при частичном обследовании, относится: состояние теплоизоляционных и фундаментных конструкций, анкерных креплений, оборудования, трубопроводной обвязки, наружных металлоконструкций, обвалования, отсутствие или наличие утечки из внутренней емкости (по содержанию газа в межстенном пространстве) и др.

Многие специалисты по ИР считают, что вред, наносимый сварным соединениям изотермического резервуара от операции расхолаживания при остановке и захолаживания при пуске, не окупается пользой от внутреннего обследования.

Согласно существующего РД 03-410-01 имеется явная диспропорция в назначении срока возможной работы по результатам очередного полного обследования до следующего полного обследования – 8 лет и только 1 год после частичного обследования.

Мы предлагаем рассмотреть 5 возможных вариантов видов обследований (табл. 1).

Еще один довод в пользу пересмотра существующего положения о периодичности обследования ИР – оснащение ИР системами постоянного акустикоэмиссионного мониторинга.

Согласно существующему положению установка на ИР системы ПАЭМ, вернее, признание ее Ростехнадзором легитимной, после которого возможен переход к эксплуатации ИР по фактическому техническому состоянию, возможно только после проведения внутреннего обследования.

Известны случаи, когда система ПАЭМ устанавливалась на работающем изотермическом резервуаре. Принятие предлагаемого положения позволило бы в этом случае увеличить срок до проведения полного обследования с 1 года до 4-х лет без снижения безопасности эксплуатации ИР.

Таблица 1.

№ п/п	Вид обследования	Особенности обследования	Максимально допустимый срок до следующего полного обследования, годы
1	Частичное обследование	Без применения АЭ контроля	1 года
2	Частичное обследование	С применением разового АЭ контроля	2 года
3	Частичное обследование	АЭ контроль с АЭ контролем системой постоянного АЭ-мониторинга (ПАЭМ)	4 года
4	Полное обследование	ИР, не оснащенный системой ПАЭМ	Приоритет срока, указанного в проектной документации или СТУ, но не более 20 лет. При отсутствии назначенного в проекте срока эксплуатации - 8 лет
5	Полное обследование	ИР, оснащенный системой ПАЭМ	Приоритет срока, указанного в проектной документации или СТУ, но не более 30 лет. Возможность перехода к эксплуатации по фактическому техническому состоянию.

Пояснения к табл. 1. Предлагается следующее:

Первое полное техническое диагностирование ИР, не оборудованного системой постоянного акустико-эмиссионного мониторинга (ПАЭМ), предлагается проводить экспертной организацией через 10 лет после ввода ИР в эксплуатацию, если иное не указано в проекте ИР или специальных технических условиях на строительство данного ИР.

При удовлетворительных результатах ПТД следующее очередное ПТД ИР, не оборудованного системой ПАЭМ, проводится через 8 лет; следующее очередное ПТД ИР, оборудованного системой ПАЭМ (но по каким-либо причинам не допущенного Ростехнадзором к эксплуатации по фактическому техническому состоянию) – через 10 лет. При неудовлетворительных результатах сроки последующих ПТД, а также необходимость и объем проведения ремонтных работ устанавливаются экспертной организацией.

Если вновь строящийся или находившийся ранее в эксплуатации ИР оборудован системой ПАЭМ, то по согласованию с органами Ростехнадзора допускается переход к эксплуатации ИР по фактическому техническому состоянию.

Первое полное техническое диагностирование ИР, изначально, при строительстве оборудованного системой ПАЭМ, производится через 20 лет после ввода ИР в эксплуатацию. В этом случае через 10 лет после ввода ИР в эксплуатацию проводится частичное техническое диагностирование в режиме эксплуатации, которое затем повторяется с периодичностью один раз в 5 лет.

В случае если ИР спроектирован и построен по специальным техническим условиям (СТУ) или иной действующей на момент проведения ПТД нормативной документации, в которой указаны компенсирующие мероприятия, позволяющие эксплуатировать ИР без проведения ПТД более длительное время, срок проведения первого ПТД устанавливается проектом или данной документацией, но не более 20 лет с даты сдачи в эксплуатацию для ИР, не оборудованного системой ПАЭМ, и не более 30 лет – для ИР, на котором изначально установлена система ПАЭМ. В этом случае через 10 лет после ввода ИР в эксплуатацию проводится частичное техническое диагностирование (ЧТД) в режиме эксплуатации, которое затем повторяется с периодичностью один раз в 5 лет.

*Чивилева Е. М.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

***Аннотация.** На современном этапе развития сложились новые условия производства, которые вышли за рамки традиционных методов его организации, сдерживающие не только развитие производства, но и транспортных, снабженческих и сбытовых структур. Изменения во многие представления об организации производственного процесса на предприятии внесла логистика.*

***Ключевые слова:** логистика, эффективность, производство.*

***Abstract.** At the present stage of development have developed new conditions of production, which go beyond the traditional methods of his organization, hindering not only the development of production, but also transport, logistic and sales structures. Many changes in ideas about the organization of the production process the company has made logistics.*

***Keywords:** logistics, efficiency, production.*

Актуальность рассмотрения производственной логистики как отдельной функциональной подсистемы состоит в том, что в последние годы отмечена тенденция сужения сферы массового и крупносерийного производства. Расширяется применение универсального оборудования, гибких переналаживаемых (производственных) систем. Производители получают все больше заказов на производство небольших партий и даже единичных изделий. При этом со стороны покупателей все чаще выдвигается требование удовлетворить потребность за минимально коротким сроком (сутки, час) с высокой степенью гарантий. Другим аспектом актуальности производственной логистики является организация производства в рамках кооперации по выпуску сложных изделий.

Потребитель, являясь главной фигурой, определяет направления развития производства, приобретая товары и услуги в соответствии с собственным желанием. Говоря о проблеме качества производственной логистики, следует отметить, что за этим понятием всегда стоит потребитель. Именно он выбирает наиболее предпочтительные свойства товара или услуги, именно поэтому данная тема считается актуальной.

С начала 1990 гг. в России (как в Западной Европе и США) термин логистика стал использоваться для обозначения нового направления в науке - теории и практике управления материальными и соответствующими информационными потоками, т.е. всего комплекса вопросов, связанных с процессами обращения сырья, материалов и готовой продукции, доведением их от поставщика до завода-изготовителя и от него до конечного потребителя в соответствии с его требованиями и интересами.

Логистика сегодня может составить сердцевину стратегии фирмы. В той мере, в какой предприятие строит свои конкурентные преимущества на компетентности в логистике, оно обладает уникальными чертами, которые другим трудно воспроизвести.

Логистика охватывает всю сферу и спектр деятельности предприятия и на всех стадиях развития производства стремится сократить затраты и выпустить продукцию, заданного количества и качества в установленные сроки и в установленном месте.

Одним из центральных звеньев системы логистики можно назвать производственную логистику, так как благодаря производству осуществляется закупка сырья и материалов, а в последующем и распределение готовой продукции.

Ни для кого не секрет, что в настоящее время российская экономика функционирует по законам рынка. Каждое предприятие в таких условиях ведет абсолютно самостоятельную политику и только на нем лежит ответственность за результаты его деятельности.

В современных условиях рынок предъявляет к каждому субъекту финансово-хозяйственной деятельности достаточно жесткие условия, а проблемы в экономике России лишь усугубляют и без того тяжелое

положение многих российских предприятий. Чтобы выжить и успешно функционировать в таких условиях, предприятию уже недостаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы, важно эту продукцию затем еще и реализовать. А ведь в условиях жесткой конкурентной борьбы выживает только то предприятие, которое сможет предложить рынку качественную продукцию по более низкой цене, чем у конкурентов.

Цена продукции зависит не только от затрат на ее производство, но и от затрат на ее транспортировку, складирование, реализацию и т.д. Снижая эти затраты, мы снижаем себестоимость, повышая таким образом свою прибыль. Именно этими вопросами (и не только ими) занимается маркетинговая логистика.

Роль логистики длительное время не предавалось значение. В частности, на рынках потребительских товаров с весьма однородными по ценам и качеству и, вместе с тем, замещаемыми с точки зрения потребителей продуктами обеспечение пространственной и временной возможности распоряжения продуктами приобретает большое для вербовки клиентов значение. Таким образом, логистика становится самостоятельным, активным инструментом предприятия.

Использованные источники:

1. Алесинская Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т.В. Алесинская. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010.
2. Бородуля, Е.Б. Проблема оценки эффективности экономической деятельности предприятия / Е.Б. Бородуля, А.В. Жирнов // Международный технико-экономический журнал. -2014. -№2. -С. 43-49.
3. Бродецкий Г.Л. Системный анализ в логистике: выбор в условиях неопределенности / Г.Л. Бродецкий. - М.: Академия, 2010
4. Жирнов А.В. Анализ факторов, сдерживающих развитие сельских территорий / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Экономика и социум. – 2014. - № 3-1 (12). С. 640-643
5. Жирнов А.В. Инвестиции и развитие материально-технической базы сельского хозяйства / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина // Экономика и социум. - 2014. - № 4-6 (13). - С. 731-734.
6. Жирнов, А.В. Риск-предикторный анализ финансовой составляющей предпринимательской деятельности /А.В. Жирнов //Экономика и предпринимательство. – 2016. - № 1-1 (66-1). – С. 926-931.
7. Зангиев А.А., Дидманидзе О.Н., Сулейманов Н.Х. Моделирование производственных процессов по уборке фруктов. М.: Агроконсалт, 1998. - 114 с.
8. Зангиев А.А., Андреев О.П. Оптимизация параметров и режимов работы агрегатов для уборки зерновых культур по индустриально-поточной технологии. -М.: Информагротех, 1996. -124 с.
9. Интегрированные логистические системы доставки ресурсов: (теория,

методология, организация) / И. А. Еловой, И. А. Лебедева. – Минск: Право и экономика, 2011.

10.Лапшин Ю.А. Состояние и перспективы развития материально-технической базы АПК / Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 63-67

11.Лапшин, Ю.А. Состояние машинно-тракторного парка Приволжского региона и перспективы его развития / Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина, А.В. Жирнов // Международный научный журнал. -2014. -№ 6. -С. 32-36

12.Мельников, В.П. Логистика / В.П. Мельников, А.Г. Схирладзе, А.К. Антонюк. - М.: Юрайт, 2014.

13.Управление техническими системами: учебно-методический комплекс / Г.В. Лапшина, Е.Ю. Чупахина, А.В. Жирнов. -Ульяновск: УГСХА, 2009. - 297 с.

14.Шехтер Д. Логистика. Искусство управления цепочками поставок / Д. Шехтеру - М.: Альпина, 2013.

Чудаева Д.И.

студент 4-го курса

факультет «Экономический»

ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева

Россия, г. Москва

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ

Аннотация. *В статье рассматривается понятие финансовой устойчивости предприятия, методы и способы её оценки, а также возможные пути повышения финансовой устойчивости.*

Ключевые слова: *финансовая устойчивость предприятия, анализ финансовой устойчивости предприятия, показатели финансовой устойчивости, методы повышения финансовой устойчивости.*

В рыночных условиях гарантом выживаемости и основой устойчивого положения предприятия является его финансовая устойчивость. Она отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором предприятие, свободно маневрируя денежными средствами, способно путем эффективного их использования обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции, а также его расширение.

Для оценки финансовой устойчивости предприятия необходим анализ его финансового состояния. Финансовое состояние предприятия представляет собой совокупность показателей, которые отображают наличие, размещение и использование финансовых ресурсов. Наличие финансовых ресурсов, их эффективное использование, оптимальное

соотношение структуры источников их формирования определяют рыночную и финансовую устойчивость предприятия, его платежеспособность и ликвидность, деловую активность и конкурентоспособность.

Финансовая устойчивость предприятия – это такое состояние его финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие предприятия на основе роста прибыли и активов при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Важно, чтобы состояние финансовых ресурсов соответствовало требованиям рынка и отвечало потребностям развития предприятия, поскольку недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для развития производства, а избыточная – препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами и резервами. Таким образом, сущность финансовой устойчивости определяется эффективным формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов [4].

Финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности предприятия. Предприятие, обладающее финансовой устойчивостью, имеет преимущества перед другими предприятиями той же специализации, в области привлечений инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Наконец, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, так как выплачивает своевременно налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату рабочим и служащим, дивиденды – акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним [1].

В сложившейся экономической обстановке в условиях преобразования системы экономических отношений происходят коренные изменения деятельности организаций, и согласно целям реформирования они должны привести к созданию хозяйствующих субъектов, обязанных обеспечить реальную финансовую устойчивость.

Факторы, влияющие на финансовое состояние предприятия, делятся на внешние и внутренние. Причинами неблагоприятного положения организации, в первую очередь, являются системные макроэкономические причины, особенно в условиях нестабильной экономики, при которой практически невозможно использовать количественный метод оценки, позволяющий упорядочить изучаемые внешние факторы и приводить их в сопоставимый вид. Отсюда сделать какие-либо точные прогнозы по поводу формирования финансовой устойчивости организации (с учетом изучения внешних факторов) практически невозможно.

Внешние факторы, неподвластные воли предприятия, и внутренние, зависящие от организации его работы, классифицируются по месту

возникновения. Для рыночной экономики характерно и необходимо активное реагирование управления организации на изменение внешних и внутренних факторов.

В целом можно сказать, что финансовая устойчивость – это комплексное понятие, обладающее внешними формами проявления, формирующееся в процессе всей финансово-хозяйственной деятельности, находящееся под влиянием множества различных факторов[4].

На финансовую устойчивость субъекта хозяйствования, даже на отдельно взятый показатель, могут влиять многочисленные и разнообразные причины. Необходимо установить наиболее существенные причины, решающим образом оказавшие воздействие на изменение показателей. В связи с тем, что показатели между собой связаны, нельзя их брать изолированно.

Однако это обстоятельство не исключает возможности и необходимости их логического обособления в процессе экономических расчетов.

Современная экономическая наука имеет в своем распоряжении огромное количество разнообразных приемов и методов оценки финансовых показателей, которые постоянно изменяются в связи с возрастанием требований, предъявляемых к анализу. Возможность реальной оценки финансовой устойчивости организации обеспечивается определенной методикой анализа, соответствующим информационным обеспечением и квалифицированным персоналом [3].

В связи с этим разработан ряд предложений, направленных на повышение финансовой устойчивости предприятия.

Поскольку положительным фактором финансовой устойчивости является наличие источников формирования запасов, а отрицательным фактором – величина запасов, то основными способами выхода из неустойчивого и кризисного финансового состояния будут: пополнение источников формирования запасов и оптимизация их структуры, а также обоснованное снижение уровня запасов. Этого можно достичь следующими способами:

- увеличение реального собственного капитала за счет увеличения размера уставного фонда, а также за счет накопления нераспределенной прибыли (применимо в том случае, если предприятие не несет непокрытые убытки за анализируемый период, иначе особых результатов дать не может);

- разработка грамотной финансовой стратегии предприятия, которая бы позволила предприятию привлекать, как краткосрочные, так и долгосрочные заемные средства, при этом поддерживая оптимальные пропорции между собственным и заемным капиталом;

- пересмотр средневзвешенных величин запасов продукции на складах на день, неделю, месяц. Снижение уровня запасов происходит в результате планирования остатков запасов, а также реализации неиспользованных

товарно-материальных ценностей. Завышенный размер запасов, влияет на кредиторскую задолженность, что соответственно неблагоприятно для предприятия.

Следовательно, для повышения финансовой устойчивости предприятию необходимо изыскивать резервы по увеличению темпов накопления собственных источников, обеспечению материальных оборотных средств собственными источниками. Кроме того, необходимо находить наиболее оптимальное соотношение финансовых ресурсов, при котором предприятие, свободно маневрируя денежными средствами, способно путем эффективного их использования обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции, а также затраты по его расширению и обновлению.

Использованные источники:

1. Басовский, Л.Е. Теория экономического анализа / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 219 с.
2. Бердинь, И.Э. Экономика предприятия / И.Э. Бердинь, С.А. Пикунова, Н.Н. Савченко, С.Г. Фалько. – М.: Дрофа, 2012. – 367 с.
3. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 210 с.
4. Васина Н.А. Анализ ликвидности и финансовой устойчивости российских предприятий: шаг в сторону снятия неопределенностей // Директ. - 2011. - № 3. – С. 17-24.
5. Грачев А. В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия : от бухгалтерского учета к экономическому : учеб.-практ. пособие [Текст] / А. В. Грачев. – М. : Финпресс, 2012. – 434 с.
6. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
7. Жирнов А.В. Многовариантные прогнозные расчеты ожидаемой прибыли предприятия /А.В.Жирнов //Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. - № 28-2. – С.121-126.
8. Жирнов А.В. Развитие специализации с учетом формирования оптимальной отраслевой структуры сельскохозяйственного производства / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин // Материалы II-й Открытой Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Молодежь и наука XXI века» Ульяновск, 2007. – С. 276-279
9. Жирнов А.В. Оценка эффективности планирования деятельности районных агропромышленных объединений в современных условиях (на примере Пензенской области) / А.В. Жирнов // Вестн. ФГОУ ВПО МГАУ им. В.П. Горячкина.–Вып. № 5 (15). – 2005. – С. 110-113
10. Кушнарев, Л.И., Дидманидзе, О.Н. Состояние и проблемы трудового

потенциала сельского хозяйства России Текст. Монография. -М.: ООО «УМЦ «ТРИАДА», 2010. 70 с.

11.Лапшина Г.В. Специфика формирования социального пакета в сельскохозяйственных предприятиях / Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. - № 4-6(13). – 2014. – С. 847-849

*Чупров К.Н.
студент
РАНХиГС*

Россия, г. Тольятти

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

На сегодняшний день для российских предприятий малого бизнеса наибольшую практическую значимость может представлять классификация, в которой комплекс маркетинговых коммуникаций составляет четыре основных элемента: формирование общественного мнения (ФОМ), реклама, персональные продажи, стимулирование сбыта.

Целенаправленное формирование общественного мнения играет важную роль при координации действий в рамках коммуникационной политики. ФОМ может по времени начинаться ранее, совпадать, интегрироваться с другими видами коммуникационной деятельности, но оно никогда не может начинаться после них²⁴.

Следующий за ФОМ слой - реклама. Реклама в большей степени, чем другие элементы комплекса коммуникаций, связана с деятельностью по формированию общественного мнения, ее средства могут служить как стратегическим целям ФОМ, так и оперативным тактическим задачам. Реклама создает условия, как для успешной личной продажи, так и для эффективного стимулирования сбыта.

И, наконец, самый верхний слой - стимулирование сбыта: Эффективность стимулирования сбыта в большей степени связана с действием рекламы, чем эффективность личных продаж.

Качество деятельности персонала является практически единственным источником формирования имиджа организации у потребителя. Поэтому мотивация сотрудников и их подготовка становится важнейшим компонентом маркетингового набора.

Важнейшей функцией управления развитием персонала организаций является обучение персонала. Профессиональное обучение определяется как процесс подготовки персонала организации к успешному выполнению стоящих перед ними задач, т.е. совершенствование стандартных компетенций.

²⁴ Магомедов, Ш.Ш. Повышение конкурентоспособности малого бизнеса: Учебник / Ш.Ш. Магомедов, Г.Е. Беспалова. - М.: Дашков и К, 2013. - 336 с.

Решающую роль в стратегическом управлении предприятием играют нововведения, нацеленные на выживание, сохранение и упрочение своего положения на рынке в долгосрочной перспективе. Инновации являются непременными элементами бизнес-процесса для фирм, наиболее успешно действующих в конкурентной среде и ориентированных на сохранение и упрочение своих лидирующих позиций. Предприятия, постоянно и целенаправленно не обновляющие свою продукцию, вытесняются с рынка.

На основе использования инновационного подхода к обучению персонала решаются следующие задачи:

- приобретение работниками новых знаний, умений и навыков в сфере непосредственной профессиональной деятельности, связанной с перспективами служебного роста;

- активизация деятельности работников по использованию новшеств в различных сферах, способствующих повышению общей эффективности;

- повышение творческой активности работников в области создания новшеств.

Экономические функции ресторанного бизнеса рассматривают эту сферу в единстве производства и обращения. На практике это означает, что ресторанный бизнес является выгодной сферой приложения капитала, которая обеспечивает достаточно быструю, по сравнению с другими отраслями, оборачиваемость вложенных средств. При хорошем менеджменте ресторанный бизнес способен приносить высокую норму прибыли.

Предпринимательское начало ресторанного бизнеса делает центральной фигурой всего инвестиционного процесса – клиента ресторана (бара, кафетерия), удовлетворению потребностей которого подчинены все дальнейшие действия. Ресторанный бизнес находится в постоянном поиске, изучении и систематизации имеющихся потребностей человека и стремится к их удовлетворению на современной технологической основе. С другой стороны, условия конкуренции диктуют ресторанному бизнесу необходимость формировать в общественном сознании новые вкусы, привычки и потребительские предпочтения.

Предприятия общественного питания, являясь представителями малого бизнеса, играют важную роль в странах со стабильной рыночной экономикой. Они формируют в сфере малого бизнеса конкурентную среду, в значительной степени обеспечивают занятость населения путем создания новых рабочих мест, помогают осуществлять структурную перестройку предприятий малого бизнеса, способствуют быстрой адаптации к новому спросу, смягчают социальную напряженность в обществе (за счет роста среднего класса).

Можно выделить основные проблемы в развитии малого бизнеса²⁵:

1. Высокая степень неустойчивости положения на рынке, вследствие высокой конкуренции в данной отрасли.

2. Недостатки в навыках управления бизнесом, низкая культура предпринимательства.

3. Слабая компетентность руководителей, отсутствие широких возможностей для её повышения.

4. Большая зависимость малых предприятий от крупных компаний.

5. Повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования.

6. Неуверенность и осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров.

7. Трудности привлечения дополнительных финансовых средств и получения кредитов.

8. Имущественная ответственность распространяется на все имущество предпринимателя, включая личное.

9. Зависимость сферы общественного питания от других рынков

В этих условиях деятельность предприятий общественного питания требует постоянного совершенствования и обновления, выработки соответствующей стратегии и тактики управления.

Конкурентоспособность предприятия общественного питания зависит от многих факторов. Одним из основополагающих факторов является географическое месторасположение предприятия. К примеру, расположение предприятия рядом с высшим учебным заведением является выигрышным, так как спрос на данные услуги здесь относительно высокий. Выбор месторасположения и математическое обоснование данного выбора остаются трудноразрешимой задачей, которая в настоящее время решается без применения современных информационных технологий.

Основными направлениями повышения конкурентоспособности региональной системы общепита являются следующие:

- приоритетное развитие общедоступной сети предприятий общественного питания, включая сеть быстрого питания, ориентированной на различные группы потребителей;

- восстановление и расширение сети социально ориентированных предприятий, обеспечивающих питанием рабочих, служащих, студентов, школьников, учащихся профтехучилищ, колледжей, детей в дошкольных учреждениях, пациентов лечебных учреждений.

Шагалина Л.Р.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

²⁵ Магомедов, Ш.Ш. Повышение конкурентоспособности малого бизнеса: Учебник / Ш.Ш. Магомедов, Г.Е. Беспалова. - М.: Дашков и К, 2013. - 336 с.

ИСКУССТВО ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА

Аннотация: Статья посвящена искусству телефонного делового разговора, поскольку общение по телефону – неотъемлемая часть профессиональной деятельности многих людей. От умения грамотно вести диалог во многом зависит престиж организации, в которой они работают, и собственное деловое и материальное благополучие.

Ключевые слова: деловое общение, телефонные звонки, разговор, культура делового общения.

Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона. Благодаря нему многократно повышается оперативность решения множества вопросов и проблем, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другое учреждение, город для выяснения обстоятельств какого-либо дела. По телефону можно сделать очень многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т.д. Большую роль телефон играет и при проведении деловых бесед, особенно если деловой партнер находится на большом расстоянии и личная встреча с ним невозможна. Все это предопределяет актуальность исследования.

Значение телефонного общения для современных деловых людей трудно переоценить, поскольку это самый простой способ быстрого установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. По телефону ведутся важные переговоры, назначаются встречи, даже заключаются сделки. Умение деловых людей грамотно вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на репутацию фирмы, организации, предприятия, которую они представляют. Соблюдая правила этикета при телефонном разговоре, вы демонстрируете не только свой деловой профессионализм, но и общую культуру, образованность [1, с. 48].

Особенность разговоров по телефону определяется тем, что межличностная коммуникация лишена источников невербальной информации о партнере как при встрече «лицом к лицу».

К деловому телефонному разговору надо тоже тщательно готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лаконично, емко и грамотно излагать свои мысли приводят к значительным потерям рабочего времени (до 20-30%). Так утверждает американский менеджер А. Маккензи. Среди 15 главных причин потерь рабочего времени бизнесменом, менеджером он поставил на первое место телефонные разговоры. Психологи отмечают, что продолжительность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски. Излишняя эмоциональность создает предпосылки для речевой нечеткости, неделовитости фраз, что увеличивает время телефонного разговора [2, с.324].

Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. Основа успешного

проведения делового телефонного разговора – компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор велся еще в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции.

Эффективность делового телефонного общения зависит от эмоционального состояния человека, от его настроения [3, с.16].

По мнению психологов, положительные эмоции тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рациональному мышлению. Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений. Существенное значение имеет также умелое проявление экспрессии. Она свидетельствует об убежденности человека в том, что он говорит, в его заинтересованности в решении рассматриваемых проблем. Во время разговора надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь поможет правильное использование методов внушения и убеждения. Голос, тон, тембр, интонации внимательному слушателю говорят очень много. По данным психологов, тон, интонация могут нести до 40% информации. Нужно только обращать внимание на подобные «мелочи» во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ровно, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать речь собеседника.

Звонок по домашнему телефону деловому партнеру, сослуживцу для служебного разговора может быть оправдан лишь серьезной причиной, кому бы вы ни звонили – начальнику или подчиненному. Воспитанный человек не станет звонить после 22 часов, если для этого нет острой необходимости или не получено предварительное согласие на этот звонок.

Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30-40% занимают повторения слов, фраз, ненужные паузы и лишние слова. Следовательно, к телефонному разговору надо тщательно готовиться: заранее подобрать все материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т.п. [4, с.86].

В отношении телефонных переговоров действует общее правило – заканчивает телефонный разговор, тот, кто позвонил.

До того как решили набрать номер, следует точно определить цель разговора и свою тактику его ведения. Нужно составить план беседы, записать вопросы, которые хотите решить, или сведения (данные), которые хотите получить, продумать порядок постановки вопросов. Четко сформулировать их, чтобы собеседник не мог многозначно толковать их. Первой же фразой надо постараться заинтересовать собеседника, держать в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору, постараться спрогнозировать контраргументы собеседника и свои ответы ему. Если обговаривается несколько вопросов, то

последовательно заканчивается обсуждение одного вопроса, затем следует переход к следующему. С помощью стандартных фраз нужно отделять один вопрос от другого. Например: «Итак, по этому вопросу мы договорились?», «Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?», «Как я Вас понял (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на Вашу поддержку?»

Телефон – наш деловой партнер, сотрудничество с которым требует определенных этикетных знаний. Практика показывает, что даже беглое ознакомление с правилами телефонного этикета и техникой телефонных переговоров значительно улучшает качество работы в этой области деловых отношений. Иногда достаточно разъяснить самые типичные ошибки, и многие проблемы, связанные с эффективностью взаимодействия с клиентами компании, ее деловыми партнерами и корпоративным имиджем, исчезают, позволяя корректировать и совершенствовать стиль делового поведения. Будьте вежливы в общении, и тогда оно доставит массу удовольствия вам и вашему собеседнику [5, с.51].

От умения вести телефонные разговоры во многом зависит репутация организации, а также размах ее деловых операций. Культурой делового разговора должен обладать каждый работающий. Эта культура универсальна и поэтому обязательная для всех, кто связан отношениями дела. Она не только разумная основа делового общения, но и надежный шанс на ее успех.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Этикет делового телефонного разговора // Развитие предприятий, отраслей, регионов России. Сборник статей IV Всероссийской научно-методической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2011. С. 48 – 50.
2. Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения. М.: издательство Юрайт, 2012. – 463.
3. Баева О.Е. Ораторское искусство и деловое общение. Минск: Наука, 2001. – 368с.
4. Бодалев А.А. Личность и общение. – М.: Педагогика, 1983. – 280 с.
5. Игебаева Ф.А. Деловое общение: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2010. – 112 с.

Шарифгалиева Г.Т.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ

Карьера – чудесная вещь,
Но она никого не может
согреть в холодную ночь.

(Мэрилин Монро)

***Аннотация.** Статья посвящена извечному женскому вопросу: семья или карьера. Рассматриваются проблемы, связанные с выбором женщинами своей профессиональной карьеры, и препятствиями, которые встречаются на их творческом и профессиональном пути.*

***Ключевые слова:** профессиональная деятельность, женщина, карьера, семья, гендерное неравенство.*

Современные реалии складываются таким образом, что женщина в обществе нередко стоит перед выбором: семья или карьера. Часто женщины работают потому, что им нужны деньги. Однако, как показывают социологические исследования, многие женщины, работающие из-за экономической необходимости, не бросили бы ее, даже если вдруг перестали бы нуждаться в деньгах. Как пишет Дойл, «деньги имеют не только материальную ценность, они дают их владельцу вес в обществе и чувство собственного достоинства. Женщины открыли истину, которую мужчины знают уже давно: наше общество оценивает человека и его дела по тому, сколько он зарабатывает» (Doyle, 1983). Другими словами, многие женщины хотят работать (или можно сказать, что им это нужно). К тому же статистические данные свидетельствуют о том, что в нашей стране женщин с высшим и средним специальным образованием гораздо больше, чем мужчин, а это значит, что, жены в среднем образованнее своих мужей. И, конечно, женщина получает высшее образование вовсе не для того, чтобы в последствии стать дипломированной домохозяйкой, она должна работать, дабы реализовать свои способности и возможности [1, 34-35].

Действительно с каждым годом все больше девушек после окончания вуза предпочитают устроиться на работу и добиться больших успехов в своей карьерной жизни. Это и понятно так, как они хотят обеспечить свой быт, повысить статус в обществе. Ведь профессиональная деятельность – это одна из сфер самореализации личности, когда человек имеет возможность раскрыть и проявить свои способности, личностные и профессиональные качества, добиться признания своей неповторимости, значимости для других людей и для общества в целом [2, 118]. Для любой женщины наступает момент, когда она должна решать, что поставить на первое место – возможность реализовать себя как личность, добиться положения и материальной независимости или в первую очередь заниматься домом, детьми, строить уютное «семейное гнездышко».

Отметим, что женщинам, делать карьеру гораздо сложнее, так, как: «Этот мир придуман мужчинами и для мужчин» [3, 134]. Говоря языком восточной философии, наше общество по своей природе «янское», мужское. Поэтому женщине, носителнице начала «инь», в нем всегда нелегко, какой бы путь она ни выбрала. Если она предпочитает играть в «мужские игры», делать карьеру, то чтобы обрести согласие с миром, ей придется заплатить

ломкой своей женской природы. А война с самой собой до добра не доводит. Отсюда и появляются всякие болезни, депрессии, неврозы. Если же женщина выбирает для себя семью и домашний очаг, то, пребывая в гармонии со своей «иньской» природой, она испытывает давление со стороны внешнего мира.

В одном колледже был проведен опрос студенток и преподавателей. Им предложили расставить приоритеты: карьера или семья, или и то, и другое вместе. Результат опроса был неутешительным. 55% женщин выбрали карьеру, около 30%, – семью, и только 15% из них хотят делать карьеру и заводить семью. Получается, такие молодые девушки уже понимают, насколько трудно быть успешным работником и заботливой хозяйкой одновременно.

Женщина должна работать, но это не должно выходить за рамки. Работа не должна приводить к конфликтам в семье: развод, ненависть детей к матери из-за недостатка материнской ласки и заботы. Но также, не приветствуется лежание дома, ведь успешная мама и жена вызывает восхищение у своих близких людей. Некоторые девушки, которые бы хотели построить карьеру, придумывают себе различного вида комплексы «надо завести семью, а то потом не смогу выйти замуж и родить детей», но настоящая женская мудрость состоит в том, что нужно искать счастье в настоящем, быть счастливой при любых обстоятельствах и никогда не терять оптимизма.

Психологи рекомендуют не совершать необдуманных поступков в угоду моде или обществу. Следует постоянно контролировать себя, обдумывать каждое действие, особенно такой серьезный шаг, как замужество. Необходимо понимать, правильно ли вы поступаете, можно ли доверять человеку, который оказался рядом с вами, принесет ли удовлетворение именно эта деятельность. Ведь всегда можно сменить работу, внимательно присмотреться к будущему мужу и разрешить сложную ситуацию.

Современная женщина имеет все необходимое, чтобы не думать, что выбрать: карьеру или семью, а соединить их вместе [4]. Необязательно самодостаточная дама должна быть одинока: успешный человек должен быть успешен во всем. Но не забудьте о том, что для создания крепкой семьи тоже необходимо прилагать усилия. Даже если у детей есть няня или бабушка присматривает за ними, если у вас есть средства на домработницу, все равно близкие, особенно дети требуют простого человеческого внимания.

Самым приятным вариантом остается только один, если же у вас есть мечты и способности, реализуйте их, пока у вас еще не появилась семья, как только вы выйдете замуж, найдите время и силы для семьи, и тогда у вас все получится, и карьера будет и семейные отношения не пострадают, и в конечном счете вам не придется выбирать между ними [5].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Профессиональная карьера женщин на фоне «гендерного неравенства» // Современные проблемы мировой науки – 2014. В сборнике: *Strategiczne pytania światowej nauki - 2014 Materiały X międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji*. 2014. С. 34-40.
2. Игебаева Ф.А. Проблема моббинга и профессиональная карьера // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Материалы Международной научно-практической конференции, ТОМ 1, в 2-х томах. Курск, 2011. С.118 – 119.
3. Бондаренко Л.Ю. Роль женщины от прошлого к настоящему // *Общественные науки и современность*. 1996, № 6. – С.133 – 140.
4. <http://bbcont.ru/business/sovremennaya-zhenszina-karera-ili-semya.html>
5. Женский сайт www.inmoment.ru

Шафеева Э.М.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В КОЛЛЕКТИВЕ.

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ ЛИДЕРОВ

Аннотация: В статье рассматриваются общие методологические вопросы лидерства. Приводится одна из общепринятых классификаций лидеров. Автор подчеркивает необходимость повышения роли и ответственности современных лидеров - руководителей организаций.

Ключевые слова: лидер, группа, лидерство, умение управлять людьми.

«Искусство управлять людьми – самое трудное и высокое из всех искусств» – сказал когда-то один мудрец, и был абсолютно прав. Сегодня, пожалуй, нет более трудной профессии, чем профессия руководителя, которую принято называть комплексной, требующей от человека владения очень многими навыками. Менеджер-руководитель должен знать обо всем – от секретов маркетинга до хитростей финансовой науки, от методов организации современных производств до тайн человеческой психологии [1, с.60]. И, безусловно, он должен обладать лидерскими качествами.

Лидер – это наиболее авторитетный член группы, который определяет и организует ее деятельность для достижения групповых целей. Различают формальное и неформальное лидерство. *Формальный лидер* обычно назначается или избирается в соответствии с установленной процедурой, приобретая, таким образом, официальный статус руководителя. *Неформальный лидер* – это член группы, который выдвигаясь благодаря своим личным качествам, наиболее полно отвечает групповым ценностям и нормам [2, с.113].

Всюду, где собираются вместе два и более человек, возникает

проблема лидерства. В процессе формирования группы некоторые ее участники начинают играть более активную роль, чем другие, им оказывают предпочтение, к их словам прислушиваются с большим уважением, короче говоря, они приобретают доминирующее положение. Таким путем происходит разделение участников группы на ведущих и ведомых, т. е. на лидеров и последователей.

Личность лидера и стиль его поведения как доминирующего лица во многом определяют судьбу каждого участника и всей группы в целом. Другими словами, лидеры влияют на социализацию индивидов.

Потребности лидера заключаются в следующем – как и все члены группы, потенциальный лидер стремится к достижению общегрупповых целей и в то же время имеет какие-то собственные, дополнительные потребности. Будущего лидера отличает то, что эти дополнительные потребности могут быть наилучшим образом удовлетворены путем принятия роли руководителя (или неформального лидера). В зависимости от степени осознанности своих потребностей, ценностных ориентаций будущий лидер может целеустремленно добиваться ведущей роли или этот процесс может происходить стихийно, вернее его выдвижением занимаются последователи, убедившись в том, что он обладает суммой необходимых качеств.

Любой неформальный лидер обладает личностным притяжением, которое проявляется в разной форме. Выделяют три типа лидеров: вожак, лидер (в узком смысле слова) и ситуативный лидер.

Вожак – самый авторитетный член группы, обладающий даром внушения и убеждения. На других членов группы он влияет словом, жестом, взглядом. Так, исследователь Р. Стогдилл предложил следующий перечень качеств руководителя – вожака:

- Физические качества – активный, энергичный, здоровый, сильный;
- Личностные качества – приспособляемость, уверенность в себе, авторитетность, стремление к успеху;
- Интеллектуальные качества – ум, умение принять нужное решение, интуиция, творческое начало;
- Способности – контактность, легкость в общении, тактичность, дипломатичность.

Лидер гораздо менее авторитетен, чем вожак. Наряду с внушением и убеждением ему часто приходится побуждать к действию личным примером («делай, как я»). Как правило, его влиянием распространяется только на часть членов неформальной группы [3, с.257].

Ситуативный лидер обладает личностными качествами, имеющими значение только в какой-то вполне конкретной ситуации: торжественное событие в коллективе, спортивное мероприятие, турпоход и т.д.

Лидеры есть в любом коллективе, и заслуживают особого внимания, так как именно они активно влияют на морально-психологический климат в

коллективе. Среди неформальных лидеров можно выделить деловых, эмоциональных, авторитарных, демократичных и, наконец, самое важное – позитивных и негативных лидеров.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Стиль управления – главная характеристика эффективности деятельности менеджера // Наука сегодня: теоретические аспекты и практика применения: сб. науч.тр. по мат-лам Международной научно-практической конференции в 9 частях. Часть 8. – Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2011. С.60 – 61.
2. Игебаева Ф.А. Социология: Учебное пособие – М.:ИНФРА-М, 2015. – 236с.
3. Шейнов, В.П. Психология лидерства [Текст] / В.П. Шейнов. – Минск: Харвест, 2008. – 992 с.

Шевырталова В. В.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ОСНОВЫ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Аннотация. В данной статье рассматриваются основы невербального общения. Общение не исчерпывается устными или письменными сообщениями. Важную роль в процессе общения также играют эмоции, жесты, манеры партнеров, которые необходимо учитывать для лучшего восприятия друг друга.

Ключевые слова: визуальные, акустические, тактильные, кинесические, проксемические, акустические, паралингвистические и экстралингвистические средства общения.

Для создания целостного представления о процессе общения важно учитывать невербальные способы взаимодействия партнеров, поскольку две трети информации о собеседнике мы получаем, наблюдая за его поведением. Это обусловлено тем, что невербальное общение включает более семисот тысяч мимических и жестовых движений рук и тела, что многократно превышает количество слов в нашем родном языке. Более того, «богатейший алфавит» неречевых «слов» говорит об истинном состоянии человека, т.к. имеет рефлексорную природу [1, с. 96].

Альберт Мейерабиан установил, что передача информации происходит за счёт вербальных средств на 7 %, за счёт интонации на 38 %, и за счёт мимики и жестов – на 55%. Профессор Бердсвилл, проведя аналогичные исследования, также выявил, что в среднем человек говорит словами только в течение 10 –11 минут в день, и каждое предложение в среднем звучит не более 2,5 секунд. Таким образом, словесное общение в беседе занимает менее 35 %, а более 65 % информации передаётся с помощью невербальных

средств общения. Следовательно, значительная часть «коммуникативного айсберга» лежит под водой, в области невербального общения [2, с.72].

Невербальное общение представляет собой общение посредством неречевых знаковых систем. Невербальная коммуникация обычно представляется следующими системами: визуальная, акустическая, тактильная, ольфакторная.

Визуальная система общения включает в себя:

- жесты;
- мимику, позы;
- кожные реакции (покраснение, побледнение, потоотделение);
- пространственно-временную организацию общения;
- контакт глазами (визуальный контакт);
- вспомогательные средства общения, в т.ч.: подчеркивание или сокрытие особенностей телосложения (признаки пола, возраста, расы), использование средств преобразования природного телосложения (одежда, прическа, косметика, очки, борода, мелкие предметы в руках) и пр.

Эта общая моторика различных частей тела отражает эмоциональные реакции человека, благодаря чему общение приобретает новые нюансы.

Акустическая система общения подразделяется на следующие аспекты:

- паралингвистическая система (система вокализации, т.е. качество голоса, его диапазон, тональность, фразовые и логические ударения, предпочитаемые конкретным человеком);
- экстралингвистическая система (включение в речь пауз, а также различного рода психофизиологических проявлений человека: плача, кашля, смеха, вздохов и т.д.).

Тактильная система общения – прикосновения, пожатие рук, объятия, поцелуи.

Ольфакторная система общения – приятные и неприятные запахи окружающей среды, естественные и искусственные запахи человека.

Выделяют следующие основные функции невербального общения:

- ◆ выражение межличностных отношений;
- ◆ выражение чувств и эмоций;
- ◆ управление процессами вербального общения (разговором);
- ◆ обмен ритуалами;
- ◆ регуляция самопредъявлений.

Особенностью невербального языка является то, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания и отсутствие возможности подделать эти импульсы позволяет нам доверять этому языку больше, чем обычному, вербальному каналу общения [3, с.158].

Успех любого делового контакта в значительной мере зависит от умения устанавливать доверительный контакт с собеседником, а такой контакт зависит не столько от того, что вы говорите, сколько от того, как вы

себя держите. Именно поэтому особое внимание следует обращать на манеру, позы и мимику собеседника, а также на то, как он жестикулирует.

Понимание языка мимики и жестов позволяет более точно определить позицию собеседника. Читая жесты, вы осуществляете обратную связь, которая играет определяющую роль в целостном процессе делового взаимодействия, а совокупность жестов является важной составной частью такой связи.

Знание языка жестов и телодвижений позволяет правильно понять собеседника и предвидеть, какое впечатление произвело на него услышанное еще до того, как он выскажется по данному поводу.

Все это позволяет сделать вывод, что если вы желаете достигнуть определенных результатов во взаимоотношениях с партнерами, собеседниками или просто коллегами, то вам необходимо овладеть хотя бы азами невербального, т.е. бессловесного общения.

Можно выделить ряд факторов, которые влияют на невербальный язык и отдельные его элементы:

- национальная принадлежность (так, одни и те же жесты могут означать разное у разных народов);
- состояние здоровья (у человека в болезненном состоянии меняются взгляд, звучание голоса, жесты обычно более вялые, хотя есть заболевания, сопровождающиеся повышенной возбудимостью, эмоциональностью);
- профессия человека (слабое рукопожатие не всегда проявление слабости: может быть, профессия требует беречь пальцы);
- уровень культуры, который влияет на состав жестов, представление об этикете, правильном воспитании;
- статус человека (чем выше стоит он на иерархической лестнице, тем более скуп на жесты, больше оперируя словами; жесты становятся более утонченными);
- принадлежность к группе (групповые традиции, нормы, правила могут существенно модифицировать пантомимику члена группы);
- актерские способности (многие умеют играть не только словами, но и невербальными знаками);
- возраст (в раннем возрасте одно и то же состояние может выражаться разными жестами; кроме того, возрастной фактор часто играет ту же роль, что и статус, с возрастом может снижаться скорость движений);
- сочетание невербальных знаков (обычно состояние передается не одним, а несколькими элементами пантомимики; при нарушении гармонии между этими элементами складывается впечатление неискренности. То же относится к согласованию слов и жестов.);
- возможность проявить и воспринять невербальные средства общения (физическая преграда между партнерами затрудняет их полноценное восприятие, как например, при разговоре по телефону) [4, с.167

-168].

На невербальные средства общения накладывает сильный отпечаток каждая конкретная культура, поэтому для всего человечества общих норм нет. Невербальный язык другой страны приходится учить так же, как и словесный.

Невербальные знаки могут соответствовать или не соответствовать словам человека, которые они сопровождают. Если соответствие имеется, они усиливают вербальную информацию, а если отсутствуют, ориентироваться нужно на невербальные знаки, поскольку их информативность примерно в пять раз выше, чем слов.

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Деловые коммуникации в формировании коммуникативной компетентности современного специалиста агроуниверситета. // Репликация культуры общества в контексте профессионального образования. Книга 2. Коллективная монография. – Георгиевск: Георгиевский технический институт, 2013. – С.78 – 113.
2. Игебаева Ф.А. Язык жестов в деловом общении. /Актуальные вопросы профессиональной коммуникации в государственном и муниципальном управлении. Сборник научных статей научно-практической конференции. – Уфа: БАГСУ, 2010. – С.72 – 76.
3. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений [Текст]: учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 368 с.
4. Бороздина Г.В. Психология и этика делового общения: Учебник для бакалавров. М.: Издательство Юрайт, 2012. – 463с.

Шестаков В.Ф., к.э.н.

доцент

кафедра таможенного дела

Ульяновский государственный университет

Россия, г. Ульяновск

ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОГО АВТОПРОМА

В статье рассматриваются основные проблемы отечественного автомобилестроения, выделены составляющие факторы этих проблем, в перспективном плане моделируются четыре сценария развития автомобильной отрасли в России

Ключевые слова: *автомобилестроение, импортозамещение, автомобильные кластеры, инновационное производство*

Ситуацию в российской автомобильной промышленности в последнее десятилетие можно охарактеризовать как неоднозначную. С одной стороны, происходил бурный рост рынка, вызванный ростом покупательской способности населения, развитием потребительского кредитования. С другой стороны, постоянно сокращалась доля отечественных

производителей на автомобильном рынке при одновременном усилении конкуренции внутри ценовых сегментов. Все это происходило на фоне определенных проблем, на которых хотелось бы остановиться поподробнее.

К числу системных проблем в автомобильной промышленности России следует отнести:

1. Недостаточные инвестиции в развитие.

Российские компании инвестировали в развитие отрасли (в доле от объема реализации) в 4-5 раз меньше своих иностранных конкурентов. Это является следствием недостаточной эффективности финансовых механизмов, в том числе по привлечению кредитных ресурсов по срокам и по средним годовым ставкам. Сегодня практически невозможно привлечение кредитных средств ни по срокам, сопоставимым со сроком окупаемости автомобильных производств (6-7 лет), ни по средним ставкам (8-10% годовых), в то время как ведущие зарубежные автопроизводители имеют возможность привлечения долгосрочных средств (по ставкам 5-6% и менее)²⁶.

2. Отсутствие современной отрасли производства автомобильных компонентов.

В современном понимании, российская компонентная отрасль отсутствует. Ее нужно во многом создавать практически заново либо самостоятельно, реструктуризируя автозаводы и базируясь на наличии сырьевых ресурсов, либо с привлечением иностранных поставщиков. Однако лишь 12% из числа мировых лидеров компонентной отрасли сочли необходимым открыть свой бизнес в России.

3. Низкая производительность труда и значительная численность занятых в отрасли.

Российская автомобильная промышленность отстает по производительности труда от лидеров рынка примерно в 2-3 раза. По экспертным оценкам, количество занятых непосредственно в автомобильной промышленности без учета вспомогательных производств и сферы обслуживания в 2020 году должно быть не более 400 тыс. человек при прогнозируемых объемах производства.

Приведение численности в соответствие с основными параметрами конкурентоспособности, будет неизбежным как с точки зрения качества (через автоматизацию наиболее ответственных операций), так и с учетом продолжающегося роста стоимости труда²⁷.

4. Отсутствие особой политики стимулирования НИОКР.

²⁶Приказ Минпромторга РФ от 23.04.2010 № 319 «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» / КонсультантПлюс. – Версия проф. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_104193/?frame=1

²⁷Приказ Минпромторга РФ от 23.04.2010 № 319 «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» / КонсультантПлюс. – Версия проф. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_104193/?frame=1

В настоящее время за редким исключением (НТЦ ОАО «АВТОВАЗ», НТЦ ОАО «КАМАЗ», НТЦ «Группы ГАЗ») предприятия автомобилестроения не обладают развитыми научными и инжиниринговыми центрами. Существующие на предприятиях конструкторские и технологические бюро в основном ориентированы на решение текущих проблем производства.

Реализация отдельных научно-технических проектов, в том числе, осуществляемых государственными научными организациями (ФГУП «НАМИ», ФГУП «НИИАЭ»), а также проектов, финансируемых с привлечением бюджетных средств, практикуемая в настоящее время, безусловно, решает отдельные проблемы научно-технического развития отрасли, но в связи с раздробленностью инжинирингового потенциала и субоптимальным объемом производства новых видов техники не позволяет осуществить интегрирование целей и ресурсов, координацию действия государства и бизнеса по созданию автомобильной техники нового поколения²⁸.

В апреле 2010 года утверждена Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года²⁹ (далее – Стратегия).

В рамках Стратегии рассматриваются и моделируются четыре сценария развития автомобильной отрасли в России.

Данные сценарии основаны на прогнозах развития автомобильного рынка до 2020 года по четырем ключевым сегментам рынка автотранспортных средств: легковых автомобилей, легких коммерческих автомобилей, грузовых автомобилей и автобусов. Определение сценариев основано на двух ключевых показателях автомобильного рынка: доле импорта на внутреннем рынке и соотношении экспорта автотранспортных средств к внутреннему рынку.

Рассмотрим четыре возможных варианта существования и развития автомобильных рынков³⁰.

1. Высокая доля импорта и высокая доля экспорта.

Такие показатели обычно характерны на рынках, которые с одной стороны, не имеют значительных барьеров для импортных автомобилей и, с другой стороны, являются важными глобальными центрами производства автомобилей. Примерами таких рынков являются страны восточной Европы (Чехия, Венгрия, Польша и т.д.) и Испания.

2. Высокая доля импорта и низкая доля экспорта.

²⁸Приказ Минпромторга РФ от 23.04.2010 № 319 «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» / КонсультантПлюс. – Версия проф. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_104193/?frame=1

²⁹Приказ Минпромторга РФ от 23.04.2010 № 319 «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» / КонсультантПлюс. – Версия проф. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_104193/?frame=1

³⁰Приказ Минпромторга РФ от 23.04.2010 № 319 «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» / КонсультантПлюс. – Версия проф. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_104193/?frame=1

Такие показатели обычно характерны на рынках, где национальные производители неконкурентны на мировом уровне и локализация полноценного производства невыгодна для международных производителей. В текущем положении находятся рынки легковых и грузовых автомобилей России.

3. Низкая доля импорта и высокая доля экспорта.

Такие показатели характерны на рынках, где существует высокий уровень защиты внутреннего рынка, но где национальные автопроизводители высоко конкурентны на мировом уровне. Примерами таких рынков являются Южная Корея и Япония.

4. Низкая доля импорта и низкая доля экспорта.

Такие показатели характерны для стран, где национальные или локализованные международные производители слабо конкурентны на мировом уровне, и где правительство активно реализует политику локализации производства для потребления на внутреннем рынке. Примерами таких рынков являются Бразилия и Китай. Эти характеристики имеют рынки легких коммерческих автомобилей и автобусов в России.

Исходя из представленных четырех вариантов развития автомобильных рынков, возможна реализация четырех основных сценариев развития автомобильной отрасли России³¹.

1. Сценарий «Инерционный», условно именуемый «Текущий вектор».

Предполагает продолжение текущих тенденций на автомобильном рынке без существенных изменений. В данном сценарии роль государства заключается в продолжении стимулирования проведения отдельных НИОКР, поддержание текущего уровня тарифов на ввоз готовых автомобилей, повышение степени локализации производства, субсидирования и иной поддержке производителей автокомпонентов. Сценарий приведет к дальнейшему повышению доли импорта на российском рынке и снижению доли экспорта продукции российского производства с последующей деградацией национальной автомобильной промышленности.

2. Сценарий «Умеренно инновационный», условно именуемый «Партнерство», предполагает реструктуризацию автомобильной отрасли с целью повышения способности российской автоиндустрии удовлетворить спрос на местном рынке. Ключевыми элементами реструктуризации будут являться: активное привлечение иностранных партнеров, организация многочисленных СП.

В данном сценарии акцент деятельности государства направлен на: поощрение сотрудничества российских и зарубежных компаний и развитие государственно-частного партнерства в НИОКР; финансирование части затрат НИОКР национальным компаниям; предоставление государственных

³¹Приказ Минпромторга РФ от 23.04.2010 № 319 «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» / КонсультантПлюс. – Версия проф. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_104193/?frame=1

гарантий по кредитам на покупку лицензий и разработку НИОКР; поощрение создания СП с зарубежными производителями; ограничение доли иностранных партнеров в СП на уровне 50%; стимулирование более высокого уровня локализации и увеличения мощностей по производству автомобилей; предоставление длинных кредитных ресурсов с одновременной компенсацией части процентной ставки; поощрение создания СП и консолидации производителей автокомпонентов; разработку нормативных требований по средней степени локализации автомобилей и ключевых автокомпонентов – не менее 50% через 3-5 лет после начала производства; использование механизма переработки для внутреннего потребления.

Данный сценарий приведет к значительному понижению доли прямого импорта при сохранении или возможном росте текущей доли экспорта.

3. Сценарий «Инновационно-активный», условно именуемый «Крупный экспортер», предполагает своей целью вывод российской автомобильной индустрии на уровень глобальной конкурентоспособности путем существенной реструктуризации автомобильной отрасли, обширных инвестиций в модернизацию российских активов и в НИОКР, а также умеренное ужесточение заградительных мер для импорта на внутреннем рынке.

Данный сценарий может привести к значительному понижению доли импорта, а также к значительному повышению доли экспорта.

4. Сценарий «Инновационно-пассивный», условно именуемый «Закрытый рынок», который предполагает установление заградительных мер защиты от импорта внутреннего рынка со значительным государственным участием в развитии автомобильной отрасли. Данный сценарий может привести к практически полному отсутствию доли импорта, а также к практически полному отсутствию доли экспорта. Однако такой сценарий не реализуем в существующих политических реалиях, в связи с чем, он был исключен из рассмотрения.

Таким образом, на территории Российской Федерации с учетом текущего состояния промышленности наиболее приоритетными целевыми сценариями для ключевых сегментов автомобильной отрасли являются:

– для сегмента легковых и легких коммерческих автомобилей – ввиду нехватки собственной ликвидности на развитие, отставания по интеллектуальной собственности и технологической базе – сценарий «Партнерство»;

– для сегмента грузовых автомобилей, учитывая текущее положение российских OEM и их конкурентных преимуществ, наиболее эффективным является сценарий «Крупный экспортер». В значительной мере данный сценарий может реализоваться за счет прямых иностранных инвестиций;

– для сегмента автобусов целевым сценарием также является «Крупный экспортер». Это обусловлено доминирующим положением

российских OEM, наличием единой компонентной базы с грузовыми автомобилями, а также наличием поддержки тарифными мерами;

– для поставщиков автокомпонентов наиболее перспективным является сценарий «Партнерство», так как существующая база поставщиков фактически должна быть отстроена с нуля с ориентацией на повышенные требования совместных предприятий и локализованных иностранных OEM для каждого сегмента автомобильного рынка Российской Федерации.

Весь комплекс предлагаемых мер можно разделить на два условных блока:

1) формирование рыночных условий развития производства на территории Российской Федерации и стимулов по обновлению парка;

2) финансовое оздоровление и формирование условий устойчивого инновационного развития автомобильной промышленности России, повышение инвестиционной привлекательности предприятий отрасли, обеспечение коммерческой эффективности привлеченных инвестиций.

Важно отметить, что ключевым фактором успеха автомобильной индустрии являются автомобильные кластеры. Автомобильный кластер представляет собой группу географически локализованных взаимосвязанных производственных компаний; поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг; объектов инфраструктуры: научно-исследовательских институтов, вузов, технопарков, бизнес-инкубаторов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом.

Отличительным признаком эффективно действующих кластеров является выход инновационной продукции. Так, они приносят выгоду по следующим направлениям:

– экономия на логистике, благодаря географической близости (близость и большое количество поставщиков);

– синергия в области НИОКР;

– экономическая стабильность;

– снижение затрат на развитие рынка (близость потенциальных клиентов);

– снижение затрат на закупки;

– снижение затрат на подготовку персонала (близость университетов).

Однако все автомобильные кластеры в России не обладают в полной мере ключевыми факторами успеха либо обладают ими на ограниченном уровне. В то же время отсутствие выраженной кластерной политики не позволяет полностью использовать преимущества развитых автомобильных кластеров зарубежных стран – Детройт (США), Валенсия (Испания), Уэльс и Вест Мидлэндс (Великобритания), Эмилия-Романья (Италия), Саксония-Анхальт, Сев. Рейн-Вестфалия, Кемниц-Цвикау (Германия) и др.

Значит, для развития масштабного производства автомобильных компонентов необходимо: выделить из предприятий производства

компоненты; сконцентрировать основные мощности на производстве кузовов, двигателей, трансмиссий; создавать гибкие производства; развивать партнерские отношения с мировыми производителями.

Кроме того, для развития отрасли производства автомобильных компонентов необходимо повышение уровня требований по локализации к автопроизводителям, работающим в режиме «промышленной сборки», а также развитие партнерства с мировыми производителями автокомпонентов, так как лишь около 5% российских поставщиков соответствуют мировым стандартам, а их большая часть немасштабна.

Таким образом, в настоящее время наша автомобильная индустрия, являющаяся одной из важнейших отраслей промышленного производства, стоит на пороге коренных изменений. В наибольшей степени эти изменения должны быть связаны с формированием инновационной составляющей, развитием импортозамещения и ростом производительности труда. Инновационные сценарии развития отрасли предполагают решение проблемы обеспечения автотранспортного комплекса страны конкурентоспособной продукцией отечественного производства, соответствующей современным требованиям безопасности, экологии и энергоэффективности на долгосрочную перспективу. Конечной целью всех этих инициатив является создание устойчивой национальной автоиндустрии.

Использованные источники:

1. Копылов А. Возможности развития российского автопрома на основе внедрения кластерных технологий // Вестник Университета, - М., 2010, N 16
2. Привлечение прямых иностранных инвестиций в автомобильную промышленность России, Хрусталева Н.А., Москва - 2009.
3. Реалии отечественного автопрома:
http://www.autostat.ru/editorial_column/15813/

*Шокиров А.А., доктор технических наук
профессор
кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»
Муколяниц А.А.
доцент
кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»
Раббимов У.Ш.
студент
кафедра «Гидравлика и гидроэнергетика»
Ташкентский государственный технический университет
Узбекистан, г. Ташкент*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАСХОДА ВОДЫ ЧЕРЕЗ ПЕРФОРАЦИИ ВДОЛЬ ПУТИ ТРУБЫ УВЛАЖНИТЕЛЯ

Аннотация : В данной статье предложены общие сведения о энергосберегающей технологии приподачи воды из перфораций вдоль пути

увлажнителя.

Ключевые слова : расход воды, перфорация, увлажнитель, энергосберегающая технология, труба, установка, начальный участок, эксперименты, потери напора, кинетическая энергия, результаты.

Целью исследования являлось определение расхода воды через перфорации вдоль пути трубы увлажнителя с открытым концом при атмосферном окружении и распределения внутреннего давления по сечения увлажнителя.

Эксперименты проведены на установке разработанной Шакировым А.А. [1]. Установка состоит из полиэтиленовой трубы диаметром 13 мм и длиной 8 м. Начальный участок трубы - 3 м. Длина рабочей части - 2,6 м. В верхней части по горизонтальной линии просверлены отверстия диаметром 1 мм на расстоянии 10 см друг от друга. На каждом пятом отверстии установлены штуцеры для измерения пьезометрического давления. Число штуцеров - 5, количество перфораций - 21. Расходы потока на перфорациях и в конце трубы измеряются объемным способом.

В результате опытов получили зависимость изменения расхода воды на перфорациях от длины трубы. Статистическая обработка результатов экспериментальных данных дала функцию монотонно убывающей прямой линии в виде

$$q = f(x)$$

Зависимость расходов выходящий из каждой перфорации q от перепадов давления Δp показывает, что в начальном сечении трубы расход в перфорациях подчиняется криволинейному закону, а с удалением от него закономерность распределения расхода в перфорациях стремится к прямолинейному закону.

Как известно из гидравлики потери напора на единицу длины при движение жидкости в параллельном оттоке на элементарном пути dx выражаются формулой [2].

$$\frac{dh_w}{dx} = A Q_x^m, \quad (1)$$

где dh_w - потери напора в данном сечения на участке трубы длины dx ; A - удельное сопротивление трубопровода; Q_x - расход жидкости изменяющийся вдоль пути по закону.

$$Q = Q_k + \sum_{m=1}^n q_{nx}, \quad (2)$$

где Q - общий расход; Q_k - расход воды в конце трубы, так называемый сбросной расход.

Изменение расхода на перфорациях, в зависимости от перепада давления Δp на участке x , изучали для случаев работы всех перфораций; работы одной перфорации при закрытых остальных; работы одной перфорации при последовательном открывании последующих. В этих экспериментах характерно появление Δp_0 , которое в дальнейшем будем называть «Начальным перепадом давления» для выхода жидкости через отверстия. При переходе от сечения к сечению по длине трубы Δp_0 увеличивалось, а вдоль неё давление убывало. Безразмерный перепад давления в зависимости от безразмерного расхода перфорациях можно описать выражением:

$$\Delta \bar{p} = A\bar{Q}_x^2 + \Delta \bar{p}_0 \quad (3)$$

Количество жидкости, протекающее за единицу времени на участке трубы длиной dx , будет выражается формулой [2].

$$-dQ_x = Bhd_x \quad (4)$$

С учетом формулы (1) и (4) получим уравнение движения жидкости по перфорированной трубе.

$$\frac{d^2 Q_x}{dx^2} = KQ_x^m, \quad (5)$$

где K и m - постоянные, зависящие от режима, физических свойств жидкости а также от степени перфорированности.

Решение уравнения (5) выражается в следующем виде.

$$Q_x = c_1 ch(x\sqrt{k}) + c_2 sh(x\sqrt{k}), \quad (6)$$

Произвольные постоянные c_1 и c_2 находим из граничных условий.

$$x = 0, Q_x = Q_0, \frac{d Q_x}{dx} = Bh_0,$$

где Q_0 - расход жидкости при входе трубы; h_0 - значение напора на входе в трубу;

B - фактор пропорциональности, зависящий от степени перфорации стенок трубы.

Тогда решение (6) преобразуется к виду

$$Q_x = Q_0 ch(x\sqrt{k}) - \frac{Bh_0}{\sqrt{k}} sh(x\sqrt{k}), \quad (7)$$

Изменение напора вдоль пути можно записать в виде.

$$h = h_0 ch(x\sqrt{k}) - \frac{Q_0 \sqrt{k}}{B} sh(x\sqrt{k}), \quad (8)$$

Несложный анализ полученных формул показывает, что при

одинаковом начальном напоре h_0 в случае перфорированных труб расход через перфорации с изменением перепада напора т.е. вдоль трубы изменяется по криволинейному закону, что подтверждается экспериментально. Для обеспечения непрерывного выхода расхода воды из перфорациях необходимо увеличить диаметр перфорации вдоль пути увлажнителя. Этим и соблюдается постоянство удельная кинетическая энергия.

Использованные источники:

1. Шакиров А. А. Обоснование эффективных параметров гидродинамических процессов в каналах пористых сред. // Авт. дисс. на соиск. уч. степ, д.т.н. - Т., 1998, 39 с.
2. Гиргидов А.Д. Механика жидкости и газа (гидравлика). СПб ГПУ, 2004, 398 с.

*Юрченко К. А.
ст. преподаватель
кафедра «экономики»
ФГБОУ ВО РГУП
Россия, г. Краснодар*

ОБРАЗОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА ПУТЕМ ВЫДЕЛА В СЧЕТ ЗЕМЕЛЬНОЙ ДОЛИ ИЛИ ЗЕМЕЛЬНЫХ ДОЛЕЙ ИЗ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Аннотация: Основной производственный потенциал в сельском хозяйстве составляют земли сельскохозяйственного назначения. Участник долевой собственности вправе распорядиться земельной долей по своему усмотрению после выделения земельного участка в счет земельной доли.

Ключевые слова: земельная доля, земельный участок, земли сельскохозяйственного назначения, долевая собственность

Современное сельскохозяйственное производство ведется на землях, полученных гражданами и сельскохозяйственными организациями в результате земельной реформы, которая началась в 90-х гг. XX в. и продолжается до настоящего времени. Земельная реформа достигла значительных преобразований в сельском хозяйстве. Так если в 2000 г. организаций по производству сельскохозяйственной продукции в Краснодарском крае было 767 единиц, то в 2011 г. их число выросло до 3416 единиц. Наибольший удельный вес составляют общества с ограниченной ответственностью – 3799 единиц, открытые акционерные общества – 138 единиц, закрытые акционерные общества – 184 единиц, производственные сельскохозяйственные кооперативы – 194 единицы. Из общего числа сельскохозяйственных организаций по форме собственности преобладает частная собственность, которая составляет 3189 хозяйств.

Особую озабоченность вызывает организация использования земель,

находящихся в коллективно-долевой собственности работников сельскохозяйственных организаций. Эти земли представлены земельными долями, полученными гражданами в начале 90-х годов XX в. в результате проведения современной земельной реформы.

Земельная доля, как элемент общей долевой собственности, представляет собой долю конкретного гражданина или юридического лица в праве общей собственности группы субъектов на земельный участок. На получения земельной доли и имущественного пая имели право лица, работающие в сельском хозяйстве, пенсионеры, а также лица занятые в социальной сфере на селе. Размер земельной доли в пределах одного муниципального образования был одинаков для всех лиц, претендующих на ее получение. Земельная доля рассчитывалась в гектарах или баллогектарах.

Выдел земельного участка в счет земельной доли в разное время развития России регулировались разными законодательными актами. В 1994 г. руководствовались ГК РФ и положением о порядке владения, пользования и распоряжения общей долевой собственностью. В 2001 г. в связи с принятием Земельного кодекса РФ появились требования по регулирование земель сельскохозяйственного назначения. В 2002 г. вступил в силу Федеральный закон «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» №101-ФЗ, который установил правила выдела земельного участка на местности в счет доли. Сегодня выдел земельного участка в счет земельных долей регулирует Федеральный закон РФ № 435-ФЗ, принятый в 2010 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования оборота земель сельскохозяйственного назначения».

Закон № 435-ФЗ содержит принципиально новые положения:

- определены условия образования земельного участка, выделяемого в счёт земельных долей;
- определён порядок и правила проведения общего собрания участников долевой собственности;
- урегулирован порядок обращения не востребовавшихся и выморочных земельных долей в публичную собственность и порядок их выдела;
- определён порядок отказа от земельной доли путём подачи заявления и документа, подтверждающего право на земельную долю;
- уточнены особенности кадастрового учёта и государственной регистрации прав на земельные участки из земель сельскохозяйственного назначения.

В настоящее время проблема использования земельных долей является одной из актуальных в Краснодарском крае, поскольку в процессе проведения работы по формированию земельных участков в счет земельных долей возникает много спорных моментов.

На территории Краснодарского края действует закон от 2011 г. N 2277-КЗ «О порядке определения размера земельного участка,

выделяемого в счет земельной доли или земельных долей». Он регулирует отношения, связанные с определением размера земельного участка, выделяемого в счет земельной доли, с учетом состояния и свойств его почвы, а также вида или нескольких видов сельскохозяйственных угодий. Согласно этому закону для каждого сельского округа в крае определен средний почвенный балл по угодьям и предложено 3 варианта выдела земельного участка.

Например, в Тимашевском районе Краснодарского края выделяется в основном пашня, поэтому расчет доли производим по варианту, при котором размер выделяемого земельного участка должен быть не более площади, определенной путем перевода правильной дроби либо суммы правильных дробей, указанных в свидетельстве о государственной регистрации права. Такой расчет используется потому, что пастбищ в Тимашевском районе немного и они, в основном, находятся в ведении администрации сельских округов и предоставляются в аренду. Выдел земельных участков в счет земельных долей проходит без учета качества почв.

При проведении работ по выделу земельного участка в счет земельной доли руководствуются не только законами №101-ФЗ и № 435-ФЗ, но и Приказом Минэкономразвития РФ от 03.08.2011 г. № 388 «Об утверждении требований к проекту межевания земельных участков». Согласно этому приказу проект межевания утверждается или общим собранием участников долевой собственности на земельный участок или решением собственника земельной доли.

При индивидуальном выделе земельного участка в счет земельной доли работа начинается с обращения гражданина в организацию, выполняющую землеустроительные и кадастровые работы. Изучив документы на право собственности, определяют из какого земельного участка можно выделить эту долю. Для этого запрашивается кадастровая выписка на искомый земельный участок и выписка из Единого Государственного Реестра Прав. После чего определяется, есть ли в земельном участке свободная территория для выдела этой доли необходимой площадью.

Заказчик работ согласовывает местоположение земельного участка, выделяемого в счет земельной доли. После этого подготавливается межевой план. При этом еще собирается информация из архива государственного фонда данных Управления Росреестра по Краснодарскому краю, а именно: выкопировка местоположения земельного участка из карты и поконтурная ведомость. Имеются трудности, так как выкопировки карт бывают плохо читаемыми из-за того, что им уже ни один десяток лет и ими постоянно пользуются при проведении землеустроительных работ.

Необходимо отметить, что до 1992 г. все изменения в качественном и количественном состоянии земель, полученные в результате мониторинга земель, вносились в графическую часть материалов графического учета

земель, производилось перевычисление площадей изменившихся контуров угодий, вносились соответствующие поправки в поконтурные ведомости, а также в электронную базу данных. В результате ежегодно на отчетную дату в районах и городах, а также в целом по Краснодарскому краю получали земельно-отчетные сведения с высокой степенью достоверности.

Последние 20 лет материалы графического учета земель не обновлялись из-за отсутствия доброкачественного картографического материала. В результате, в период проведения земельной реформы, реорганизации сельскохозяйственных организаций, массового перераспределения земель, материалы графического учета земель стали малопригодными для ведения государственного учета. Так в поконтурных ведомостях и карт-материалах имеется масса несоответствий. Из-за этого часто выявляются ошибки в адресе земельного участка, иногда номер секции и контура не соответствуют месту образования земельного участка. Нередко ошибочно заносятся сведения в поконтурную ведомость об аренде земельного участка, а на самом деле аренда находится в соседнем участке. В связи с этим организация, подготовившая межевой план, получает приостановки и отказы из кадастровой палаты. Да и на сегодняшний день землеустроительные и кадастровые работы часто выполняются некомпетентными геодезистами и кадастровыми инженерами, которые либо по незнанию, либо с целью обогащения злоупотребляют своими обязанностями и проводят межевание без учета требований, предъявляемых к рациональному землепользованию.

В результате процесс по выделению земельного участка на местности в счет земельной доли затягивается, иногда его завершение возможно только при регулировании в судебном порядке.

Определившись с местом выдела и собрав нужную информацию из ЕГРП, ГКН и архива государственного фонда данных, необходимо опубликовать объявление о необходимости согласования проекта межевания земельного участка в газете. Если земельный участок, выделяемый в счет земельных долей, занимает площадь до 100 га, то объявление публикуется в местных средствах массовой информации, а если 100 га и более, то – в краевых СМИ.

В объявлении сообщается всем участникам долевой собственности адрес земельного участка, заказчик работ по подготовке проекта межевания, исполнитель работ, адрес, где можно ознакомиться с проектом межевания и куда отправить возражения относительно размера и местоположения границ выделяемого в счет земельной доли земельного участка.

После истечения 30 дней после опубликования объявления в газете, если не поступили возражения, формируется межевой план, который направляется в кадастровую палату. Также туда подается проект межевания, в состав которого входит копия свидетельства на право собственности на земельную долю, карт-материал, поконтурная ведомость, адресная справка,

определяющая адрес места выдела, заключение кадастрового инженера об отсутствии возражений. В случае если поступили возражения, то все они подшиваются в проект межевания, а в заключении кадастрового инженера должно быть отражено, что все возражения были урегулированы.

После прохождения Государственного кадастрового учета заказчик получает на руки экземпляр проекта межевания, кадастровый паспорт на выделенный земельный участок в счет земельной доли и заключение об отсутствии возражений.

При выделе земельного участка на основании решения общего собрания участников долевой собственности соблюдается вся та же самая процедура по сбору информации по участку, но в объявлении в СМИ срок до собрания указывается 40 дней. А в течение 30 дней с момента публикации принимаются возражения и предложения по доработке проекта межевания.

Общее собрание считается правомочным в случае присутствия на нем участников долевой собственности, составляющих не менее чем 20 % их общего числа. Решения принимаются открытым голосованием и считаются принятыми, если за них проголосовали участники общего собрания, владеющие в совокупности более чем 50 % долей общего числа долей собственников, присутствующих на общем собрании.

На собрании участники долевой собственности высказывают свои мнения за и против выдела на местности земельного участка в счет земельной доли. Если собрание считается состоявшимся и возможен выдел. После этого копия протокола собрания заверяется представителем администрации и подшивается акт соответствующего органа местного самоуправления, подтверждающий полномочия должностного лица органа местного самоуправления. После собрания формируем межевой план, который вместе с проектом межевания и протоколом собрания представляются в орган кадастрового учета.

После государственного кадастрового учета земельный участок считается выделенным и появляется как самостоятельный объект права собственности и гражданского оборота. Следующий и заключительный этап – это регистрация права на выделенный участок.

На наш взгляд необходимы следующие мероприятия, способные привести к активизации граждан к оформлению прав на земельные участки:

- наличие полной доступной информации о земельной собственности, а также связанных с ней правах и ограничениях;
- привлечение грамотных квалифицированных специалистов - кадастровых инженеров к работе по выделению земельных долей;
- использование точных приборов для измерений - современных тахеометров и спутников GPS, которые снизят возможность допущения ошибок;
- снижение стоимости землеустроительных работ по выделению участка на местности;

- обновление карт-метериала;
- снижение расходов при решении вопросов земельной собственности в судебном порядке.

Использованные источники:

1. «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения»: федер. закон от 24 июля 2002 г. №101-ФЗ // Рос. газ. – 2002. – 26 июня. – С.4.
2. «Об основах регулирования земельных отношений в Краснодарском крае»: закон Краснодарского края от 05.11.2002 г. №532-КЗ // правовая система «КонсультантПлюс».
3. Барсукова, Г. Н. Проблемы реализации земельных отношений при использовании земельных долей в Краснодарском крае / Г. Н. Барсукова, К. А. Юрченко, Н. Н. Забугин // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2009. – № 19. – С. 17–22.
7. Барсукова, Г. Н. История земельных отношений и землеустройства : учебное пособие / Г. Н. Барсукова, К. А. Юрченко, Н. М. Радчевский, ФГОУ ВПО «Кубанский гос. аграрный ун-т», Краснодар, 2011. – 456 с.
8. Барсукова, Г. Н. Проблемы и перспективы использования земельных ресурсов в Краснодарском крае / Г. Н. Барсукова, М. В. Желтобрюхова, К. А. Юрченко // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 28. – С. 14–18.
9. Юрченко, К. А. Земельные отношения в аграрном производстве Краснодарского края / К. А. Юрченко, Н. Н. Забугин // Проблемы современной науки и образования. 2013. – № 3(17). – С. 63–66.
10. Юрченко, К. А. Развитие земельных отношений при использовании земель сельскохозяйственного назначения в Российской Федерации / К. А. Юрченко // Экономика и социум. – 2015. – № 2-5 (15). – С. 230-233.

Юсупов И. Ю., к.пед.н.

доцент, тренер по шахматы - шашки

МБОУ «Дом творчества и туризма юных «Дружба»

Россия, г. Новый Уренгой

**ВАРИАТИВНЫХ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФИЗКУЛЬТУРНО -
ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И РАЗВИТИЕ ФИЗИ -
ЧЕСКИХ КАЧЕСТВ У ДЕТЕЙ 6 – 12 ЛЕТНОГО ВОЗРАСТА
DEVELOPMENT WORK PROGRAMME FOR CHILDREN
AND TRAINING SECONDARY AND PREPARATORY GROUP OF
KINDERGARTEN PHYSICAL EXERCISES AIMED FOR
DEVELOPMENT AND IMPROVEMENT OF MOTOR QUALITY**

Keywords: Use folk sports and outdoor games as a means of improving motor skills, revitalizing, strengthening and maintaining the health and development of memory.

Ключевые слова: Использовать народные и спортивные подвижные игры как средство повышения двигательных способностей, активизации,

укрепления и сохранения здоровья и развития памяти.

ВВЕДЕНИЕ. Проблема сохранения и укрепления здоровья детей разной возрастной особенности в настоящее время продолжает оставаться актуальной. По определению возрастных особенностей здоровья (ВОЗ) установлено:

болезней или физических дефектов. Поэтому сохранению и укреплению здоровья детей уделяется большое внимание, чтобы осуществлялась задача будущего полноценного здорового подрастающего поколения в нашем современном обществе. Об этом упоминается в нормативно - правовых документах страны: в Законе РФ « Об образовании в РФ » (от 21 декабря 2012, ст. 51), Постановлении Правительства РФ от 08. 10. 2012 г, № 1098,г. Москва,

Указах Президента России « Об неотложных мерах по обеспечению здоровья населения РФ » и др.[4], а так же упоминается в документах ЮНЕСКО « Образование для всех » - 2007 года. Поэтому наша страна очень заинтересована в разработке определенных мер по оздоровлению нашей нации и развитию социально -экономического состояния народа. В настоящее время специалистов как Муниципальное общеобразовательное учреждение, так и Муниципальное бюджетное образовательное учреждение, уделяет большое внимание на физическое развитие и укрепление здоровья подрастающего поколения, это главная забота. Особенно, немаловажное внимание уделяется в « Дом творчества и туризма юных « Дружба » в нашем городе. В этом учреждение посещают дети с 5 до 17 лет (мальчики и девочки) и занимаются с разной направленностей. В связи с этим, целесообразно больше уделять внимание на развития двигательных качества, закладывать фундамент здоровья, основы физического совершенствования, овладения культурой движений и развития навыки, умения и память. Однако, в последние годы наблюдается некоторые ухудшение состояния здоровья подрастающего поколения.

Многолетняя анализа исследования показали, что, как правило, требуется каждого возраста развивать физкультурно - оздоровительной деятельности в нашем обществе и находить новое, обогащенное содержание физических упражнений, использовать инновационных средств и методов занятия, чтобы больше способствовали развития двигательных способностей, специализирующих виды спорта, с целью больше обеспечивали накопления и широкого применения субъективного опыта работы школьникам, чтобы способствовали рост знания, навыки и умения в процессе разностороннего физкультурно – оздоровительного деятельности детей.

Происходящие на современном этапе развития общества требуют новую инновационную процессы обучения позволяет в значительной степени больше влияет на отечественную образовательную систему и ее начальную ступени, т. е. начальное школьное

образовательное процессе и на росте перехода новый качественный уровень, чтобы использовать инновационных технологий для успешной реализации задач различных образовательных областей, в том числе решить задачи параллельно физического воспитания в общеобразовательной школе и дополнительного учреждения. Установлено, что здоровье во многом зависит от уровня привычной двигательной активности, связанного с биологическими и социальными факторами. Двигательная активность относится к основным факторам определяющим протекание обменных процессов, укрепление состояние костей, мышечной и сердечно - сосудистой и дыхательной систем. Под влиянием мышечной деятельности происходят изменения в общефизической подготовке, в развитии отдельных физических качеств, в гармоничном развитии всех отделов центральной нервной системы и закреплении правильной осанки.

Вариативность современного школьного образования и интенсивное развитие системы научно – исследовательских, экспериментальных площадок предполагает необходимость разработки, внедрения в практику новых физкультурно – оздоровительных проектов как в образовательных так и дополнительных учреждениях, чтобы каждый педагог стремились выполнить соответствующие требования по времени, стремятся осваивать инновационные методики, учит передовой новаторский опыт, затем транслируют свой труд. Инновационные изыскания осуществляются как в области формирования нового содержания, так и в разработке новых педагогических технологий.

Дошкольной и начальной школьный возраст - период развития ребенка от 6 до 12 лет, который наиболее благоприятен для приобретения жизненно важных знаний, умений, навыков, памяти и здоровья. Именно в это время закладываются основы будущего здоровья, работоспособности человека, его психического здоровья. В возрасте 6 – 12 лет отличается значительной более динамикой показателей, которыми характеризуются физическое и двигательное состояние. Быстрыми темпами идет рост скелета и мышечной массы. коротких по времени, но часто повторяющихся занятий разнообразного, Особенности психики детей этого возраста обуславливают целесообразность преимущественно игрового содержания. Поэтому, недопустимы перегрузки организма, связанные с силовым напряжением и общим утомлением.

Многолетние опыта работы с детьми 6 -12 летнего возраста показали, что необходимо создавать и осваивать новые виды физических упражнений, видов простейших движений, действий, развитие двигательных качеств, повышать уровень физических способностей, стимулировать участие в коллективных играх и соревнованиях со сверстниками. Закаливание должно стать привычным элементом режима дня. Однако, следует учитывать, что в 6 – 12 летнего возрасте для высшей нервной деятельности еще характерна неустойчивость основных неравных процессов. Отсюда необходимо

уделять особое внимание на укрепление морально – волевой устойчивости, освоения и совершенствования развития двигательных качества, использования новых видов движений, направленной осуществить ходьба, бег, плавания, шахматы-шашки, элементы гимнастики, акробатики, общефизической подготовки, туризм и другие виды спорта, который организованно при Муниципальное бюджетное образовательное учреждение города под названием « Детский дом творчества и труженики юных « Дружба ».

Общая программа ДТТЮ « Дружба » направлена на сохранение физического и психического здоровья детей через освоение ими элементарных знаний о физических закономерностях развития человека, через создание условий для расширения у ребенка представлений о самом себе и осознания своей индивидуальности, через формирование социальных и здоровьесберегающих умений и навыков. Анализ состояния здоровья детей свидетельствует о возникновении противоречий, предопределяющих снижение темпов физического развития.

Цель работы: Использование сочетание вариативных формы занятий по инновационном путем ОФП и игры шахматы направлена на развития знаний по шахматам и развития физических качеств у детей 6 – 12 летнего возраста.

Задачи: 1. Совершенствовать двигательные навыки и умения, направленные на развитие двигательных качеств, физической подготовки, укрепление и сохранение состояния здоровья детей дошкольного и школьного возраста в процессе урока физического воспитания;

2. Повышать уровень двигательной активность, интерес к занятиям физической культурой, развивать двигательных способностей, сохранить и укреплять состояния здоровья в детском возрасте;

Методы исследования. Учебные занятия проводятся три раза в неделю, за учебный год составляет всего 108 часов. Время регламента одного занятия равен 40 минута. Если в школе имеются бассейн, тогда занятий физической культуры проводиться два раза в неделю, то есть, учебный занятий за год составляет 68 часов и один раз плавание всего 34 часов. В связи с этим, в нашем исследовании в школе № 14 на 2014 - 2015 учебный год были модернизации разработаны и запланированы комплексные занятия на основе

Федеральных государственных требований общеобразовательной программы школьного образования (ФГОС, Приказ № 655 от 23 ноября 2009 года [5] с использованием средств, которые указаны в планировании объем учебной часы в таблице 1.

На каждом занятий использовались упражнения из видов легкой атлетики и подвижные игры в дошкольной и учащихся начальной школы теоретические и практические занятия, которые представленных на развитие физических качеств, общефизической подготовки и шахматы -

шашки. Форму контроля результативности образовательной программы и по общефизической подготовке смотри в табл.1.).

Содержание исследования. Изучение социальных исследований по состоянию здоровья детей свидетельствует о том, что, часто болеющих детей составляет до 45%, из них, так же имеют те или иные отклонения по физическому развитию и низкому уровню двигательных качеств. Изучение уровень развития двигательных качеств у детей дошкольников и школьников свидетельствует об их низком уровне. В связи с этим, осуществлялась модернизация учебного планирования и прохождение для ускорением роста двигательных качеств по группам (табл.1 и 2).

Таблица 1. Планирование учебно - тематического раздела для учащихся дошкольников и начальной школе (6 - 12 лет)

№ п\п	Наименование разделов	Общее кол-во часов	Теория	Практика
1	Вводное занятие	2	2	-
2	Гимнастика	14	2	12
3	Легкая атлетика	20	2	18
4	Подвижные игры	14	2	12
5	Тестирование	4	-	4
6	Игры с мячом	14	2	12
Итого		68	10	58
8	Плавание	34	2	32
<i>Итого</i>		102	12	90
9	Дополнительные (Шахматы - шашки)	102	4	98
Всего		204	16	188

Примечание: Теоретическая часть занятия: по 10 – 12 минут.

Содержание учебного - тематического раздела для учащихся дошкольников и начальной школе (6 - 12 лет) .

Вводное занятие:

Правила техники безопасности на занятиях, во время игры;

1. Теория: Комплектование группы. Правила техники безопасности на занятиях, в спортивном зале.

2. Практика. Гимнастика. Общеразвивающие упражнения (без предметов и с предметами). Акробатические упражнения. Упражнения на осанку. Упражнения с обручами, со скакалкой.

3. Практика. Легкая атлетика. Развитие скоростных способностей: Техники выполнения бега. Повторный бег на скорость. Бег с предметами. « Челночный бег ». Бег на выносливость. Бег « эстафета ».

Таблица 2. План – график занятий по физической культуре для учащихся дошкольников и начальной школе (6 - 12 лет)

п/п №	Содержание программного материала	Ча-сы	З а н я т и я п о ф и з и ч е с к о й к у л ь т у р е																	
			Н о я б р ь					О к т я б р ь -					д е к а б р ь - Я н в а р ь							
			1 / 2	3 / 4	5 / 6	7 / 8	9 / 10	1 / 2	1 / 3	1 / 5	1 / 7	1 / 9	2 / 1	2 / 4	2 / 6	2 / 8	3 / 0	3 / 2	3 / 4	
1	Упражнения в положении « лежа на спине, боку, животе; переворачивания »	12	☀	☀	☀	☀	☀											☀		
2	Упражнения « ползания по пластунски, на четвереньках »	10							☀	☀	☀	☀	☀							
3	Упражнения в положении « сидя »	12																		
4	Упражнения « лазания »	10																		
5	Упражнения в положении « стоя »	10																		
6	Упражнения « ходьба и бег »	10	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀		
7	Упражнения « прыжки »	10											☀	☀	☀	☀	☀			
Итого		74																		

Примечание: ☀ - Разминка 15 мин., Основная часть урока – 15 минут ОФП и игры шахматы- шашки 60 минут.

Развитие силовых качеств (упражнения на отжимание от пола, перекладине, шведской лестнице, метание мяча и других тяжестей,

упражнения на пресс). Развитие скоростно - силовых качеств: Выполнение разновидностей прыжков (прыжки в длину с места, с разбега, на одной ноге, со скакалкой, прыжки через предметы).

4. **Практика.** Подвижные игры: « Ловушки, Ловкие ребята, Догони свою пару, Быстро передай мяч, Совушка, Прыжки по кругу, Кто самый меткий » ?

4. **Практика.** Акробатика. (Кувырок вперед, назад, ласточка, перекат, группировки, шпагат, стойка на лопатках, прыжки со скакалкой в одиночестве, в паре.

(Продолжение) Таблица 2

№	Содержание программного материала	Часы	Занятия по физической культуре																
			Февраль - Март								Апрель - Май								
			3/3	3/8	4/0	4/2	4/4	4/4	4/6	4/8	5/0	5/2	5/4	5/6	5/8	6/0	6/2	6/4	6/6
1	Упражнения в положении « лежа на спине, боку, животе; переворачивания »	12																	
2	Упражнения « ползание попластунски, на четвереньках »	10																	
3	Упражнения в положении « сидя »	12	☀	☀	☀	☀	☀	☀											
4	Упражнения « лазание »	10							☀	☀	☀	☀	☀						
5	Упражнения в положении « стоя »	10											☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀

6	Упражнения « ходьба и бег »	1	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀
		2																
7	Упражнения « прыжки »	1																
		0																
Итого		6																
		8																

Примечание: ☀ - Разминка 15 мин., Основная часть урока – 15 минут ОФП и игры шахматы- шашки 60 минут.

Сущность подвижная игра заключается средство пополнения знаний и представлений ребенка об окружающем мире, развития мышления, ловкости, ценных морально – волевых качеств. При проведении подвижной игры создаются неограниченные возможности комплексного использования разнообразных методов, направленных на формирование личности ребенка. В процессе игры происходит не только упражнение в уже имеющихся двигательных навыках, их закреплении и совершенствовании, но и в формировании качеств личности.

В процессе игры происходит не только упражнение в уже имеющихся двигательных навыках, их закреплении и совершенствовании, но и в формировании качеств личности. С целью воспитания у ребенка культуры здоровья необходимо создать комплекс педагогических условий, включающих:

- использование здоровьесберегающих образовательных технологий, которые позволяют организовать процесс воспитания и обучения;
- достижение высокого уровня качества образовательных программ и их методического обеспечения, содержание которых позволит педагогам строить воспитательно - образовательный процесс в соответствии с современными требованиями и уровнем развития двигательных качеств и одновременно без излишней нагрузки для детей;
- содействовать формированию представлений о мире физической культуры и здоровья;
- обеспечивать развитие ценностных отношений к самому здоровью, физической культуре и своему;
- способствовать формированию субъективного опыта физкультурно - оздоровительной и здоровьесформирующей деятельности;
- активизировать воспитательный потенциал родителей детей по формированию интереса к физкультуре и здоровью, корректировать их педагогическую позицию.

Планирование занятий разной направленности: обучающих, игровых, тренирующих, оздоровительных, интегрированных - позволяет формировать устойчивый познавательный интерес к физкультурно - оздоровительной деятельности, двигательному творчеству. При этом создавать условия для

применения детьми ранее изученных двигательных действий в новых условиях. Все это позволяет формировать представления об упражнениях, с помощью которых можно развить все виды двигательных качеств (силы, быстроты, выносливости, гибкости и ловкости).

Сила - способность преодолевать внешнее сопротивление за счет мышечного напряжения. Ее укрепляют опять же упражнения с мячом, в том числе с набивными мячами, отжимание от пола, подтягивания на перекладине и на гимнастической стенке и др.

Быстрота - совершение двигательных действий времени, которые определяются скоростью реакции на и частоту многократно повторяющихся действий в минимальный отрезок времени. При помощи бега на отрезках 10 – 20м., выполняются пригонки, эстафеты и различные подвижные игры.

Выносливость - умение выполнять мышечную работу небольшой и средней интенсивности в течение продолжительного времени. Например, ходьба и бег в течение от 2 до 5-10 минут, игры в футбол, баскетбол, подвижные и народные.

Гибкость – морфофункциональные свойства опорно – двигательного аппарата, определяющие степень подвижности его звеньев. Гибкость характеризует эластичность мышц и связок. Тесты для гибкости - это наклоны туловища вперед из положения сидя или стоя.

В школьном возрасте необходимо развивать творческие способности в двигательной деятельности и мы пришли к выводу, что нужно максимально сблизить и интегрировать два вида детской деятельности – развитие движений и игровую деятельность.

По данным ученых и специалистов [7] установлено, что в общеобразовательных учреждениях, особенно в начальной школе и подготовительной группе в детских садах, полноценное здоровье детей составляет 25 - 30% от общего количества посещающих. В связи с этим, в школьном возрасте физические упражнения являются неотъемлемой частью жизни ребенка.

Многолетние научные данные и анализ исследований показали, что, как правило, физкультурно – оздоровительная деятельность в общеобразовательных учреждениях, если рассматривать с позиции решения задач, как формирование и развитие двигательных навыков, так и развитие основных физических качеств (быстроты, силы, выносливости, ловкости и гибкости) ребенка при помощи средств физического воспитания [1; 2; 3]. оказались по физиологическим показателям на недостаточно высоком уровне. Поэтому, развитие двигательных качеств происходит не одновременно. В связи с этим требуется инновационный подход - новое обогащенное содержание средств и методов занятий по физическим упражнениям, чтобы они обеспечивали повышение двигательных качеств и способствовали сохранению и развитию состояния здоровья детей в

общеобразовательных учреждениях путем использования специализированных методов занятий. Для подготовки ребенка к обучению самостоятельной деятельности в занятиях, направленных на использование физических упражнений и повышение интереса к выполнению заданий на занятиях физической культуры, физкультурминутах, на ОФП и развлекательных занятиях, необходимо систематически использовать современные инновационные средства и методы занятий, что, в свою очередь, больше способствовало бы оптимальному росту как двигательных качеств, так и укреплению и сохранению состояния здоровья детей в возрастном плане.

Таким образом, выполненное огромное количество разнообразных физических упражнений по ОФП, подвижным играм, эстафетам в школьных учреждениях больше способствуют развитию двигательных качеств, оздоровительному процессу и приводит к улучшению состояния здоровья ребенка с соблюдением в основном режима дня. Для решения данной задачи физической культуры в школьных учреждениях по сохранению, укреплению здоровья и безопасного образа жизни детей - необходимо использовать в учебных и дополнительных формах занятий оптимальный объем физической нагрузки, что позволит пользоваться современными средствами и методами физической культуры, техническими средствами и санитарно - гигиеническим оборудованием при оптимальном выполнении объемов физической нагрузки в возрастном плане.

Учебная база оснащена разнообразным спортивным оборудованием, инвентарем, мягкими моделями снарядов и игрушками, техническими средствами для занятий и самостоятельной двигательной деятельности детей.

Для повышения двигательной активности детей режим работы составлялся: из ежедневных утренних физкультурминуток - 10 - 15 минут, затем два занятия - по расписанию подвижные игры и по ОФП и один урок по плаванию. Кроме того, проводится дополнительный (виды факультативные) занятий по видам спорта: футбол, борьба, гимнастика, шахмат- шашки и другие три раза в неделю по 60 минут.

С целью определения уровня развития двигательных качеств у детей были использованы различные виды физических упражнений (тесты диагностики):

скоростной бег на 20м.; скоростно - силовые упражнения - прыжки в длину с места; силовые упражнения - отжимание от пола в горизонтальном положении; гибкость - наклоны вперед из положения сидя; и выносливость - бег на 300 м.). Кроме того, были изучены устойчивость внимания и памяти детей при помощи тестов на «запоминание» названий шахматных фигур и 5 видов спорта (легкая атлетика, волейбол, гимнастика, плавание и акробатика), а затем ответить эти названия в конце занятия.

Работу с детьми на физкультурных занятиях мы осуществляли в соответствии со следующими принципиальными позициями: Во - первых, воздействовали во всех формах занятий по неделям, по месяцам и годовом плане, обращая внимание на использование ряда новых средств и методов, применяемых на уроке упражнение, чтобы повысить двигательную активность, вызывая интерес к выполняемому заданию - это все вместе взятое являло собой всесторонне – образовательный, воспитательный и оздоровительный процесс, в котором сохранялось содержание, представленное в программе обучения детей в дошкольного и школьного обучения под редакцией [5].

Во - вторых, систематически соблюдались: структура каждого занятия, методические приемы и их выполнение, а так же организованная вводная, основная и заключительная части занятия;

В третьих, на занятиях использовались разнообразные методики и содержание материалов из табл. (1; 2;).

5. Спортивная викторина.

Дети садятся на скамейку и отвечают на вопросы – загадки:

1. Для закаливания и порядка, нам нужна физкульт (зарядка)?
2. Чтобы сильным оставаться, нужно много (отжиматься)?
3. Наше дружное « ура » на уроке есть (игра)?
4. Игры шахматы.

Эти игры способствуют развитию внимательности и памяти ребенка. В данной программе предусмотрено, что в образовании развивается не только ученик, но и педагог при помощи программы самообучения. Она может составляться и корректироваться в ходе деятельности самого ученика, который оказывается субъектом, конструктором своего образования, полноправным источником и организатором своих знаний. Ученик с помощью педагога может выступать и формулирует цели, отбирает тематику, составляет индивидуальный план работы (утренняя гимнастика), отбирает средства и, устанавливает систему контроля и оценки своей деятельности. В процессе учебного обучения урока физической культуры по группам соблюдались ряд факторов:

Обучающие: • ознакомить с упражнениями, способствующими развитию физических качеств (силы, скоростных способностей, выносливости и др.);

- обучить правилам выполнения упражнений;

Развивающие: • развивать двигательные качества, формировать воспитание морально - волевых, психологических и другие положительных качеств личности; • сохранять выдержку, критическое отношение к себе и к сопернику;

• формировать навыки запоминания упражнения и названия фигуры для развития двигательных качеств;

Воспитывающие: • бережно относиться к окружающим, стремиться к

развитию личностных качеств; • прививать навыки самодисциплины во время занятия по ОФП; • способствовать воспитанию волевых качеств, самосовершенствованию и самооценки.

Корректирующие (оздоровление): • направлены на осуществление целесообразной коррекции поведения и общения с негативного влияние на формирование личности каждого детей; • предупреждение и преодоление различных отклонений в двигательном развитии и в здоровье детей.

Предлагаемые (ожидаемые) результаты и способы их определения – на каждом занятии овладевать и повышать уровень знаний, умений и навыков путем правильного выполнения определенной заданий в практике, так и повторить многократно по количеству выполнения контрольный нормативы, стать высококвалифицированным будущим спортсменам в многолетнем плане занятий. В ходе изучения данной программы у обучающихся идет освоение предметной компетенции, а также формирование умений и участие в коллективной деятельности.

Предметные компетенции обучающихся:

- систематическое участие юных спортсменов, в различных развлекательных игры, соревнованиях по ОФП и игры шахматы - шашки ;

Компетентностный подход выражен: - в применении индивидуальных форм работы; - в корректировке объемов физической нагрузки, средств и методов тренировки;- в учете роста результативности по двигательным качествам по общей физической подготовки (ОФП) и игры шахматы –шашки обучаемых детей в группе.

Учебно - тематический материал программы распределён в соответствии с принципом последовательного и постепенного расширения теоретических знаний, практических умений и навыков. Представленные в программе темы создают целостную систему подготовки организма детей к участию в различных подвижных и развлекательных - спортивных соревнованиях. При отборе теоретического материала и установления его последовательности соблюдаются эффективности функционирования физических упражнений следующие принципы:

- единый образовательный процесс, построенный на принципах непрерывности, преемственности, доступности, увлекательности и результативности;

- осуществление единства обучения, воспитания и развития детей на основе индивидуализации и персонификации образовательного процесса;

- обеспечение базовых знаний, умений и навыков для развития двигательных качеств;

- определенные достижения обучаемых и возможности прогнозирования их личностного роста по физическим данным и развитию организма детей;

Эффективность реализации программного материала.

Реализация образовательной программы предполагает повышение и развитие статуса здоровья детей дошкольного возраста, развитие индивидуальности, освоение физических движений и развитие двигательных способностей ежедневно и в течение года, а также повышение у детей усвоение и накопление в своей памяти и самостоятельно использовать на практике как на уроке, так и самостоятельно. Эффективность программы проявляется в снижении заболеваемости детей, укреплении состояния здоровья организма, повышении уровня физической подготовленности и интереса к выбору отдельных видов спорта в более старшем возрасте.

Исследования показали, что у детей дошкольного возраста вес организма полностью еще не сформирован, обладает низким уровнем развития двигательных качеств. В связи с этим, у детей часто 5 - 7 летнего возраста наблюдаются неблагоприятные факторы, как разнообразные виды отклонений, как нарушения в осанке, опорно - двигательном аппарате (плоскостопие), сколиоз, сбои в работе сердечно - сосудистой системы и т. д. Эти нарушения организма можно ликвидировать. Одним из путей являются ежедневные и многолетние занятия физической культурой и выполнение оптимального объема физической нагрузки. Вместе с тем, необходимо повысить двигательную активность детей путем выполнения разнообразных видов физических упражнений, народных и подвижных игр, игр с элементами спорта: баскетбол, волейбол, гимнастика, акробатика, легкая атлетика и др.

Известно, что повышение эффективности и развитие двигательных качеств, сохранение здоровья детей в возрастном плане в учебных и дополнительных формах занятий физической культурой в одном, недельном и по годовым учебным планам во многом зависит, прежде всего, от опыта, умения и навыков работы специалистов, от задачи и содержания занятия, от выполняемого объема физической нагрузки, от уровня физической, психологической подготовленности и от заинтересованности детей физической культурой, от материальной базы в процессе проведения занятий. Следовательно, построение учебных программ и поурочных планов на каждом занятии позволили повысить эффективность в процессе деятельности обучения и совершенствования двигательных действий как в отдельности, так и в комплексном плане.

В 2014 - 2015 учебном году для сохранения здоровья ребенка, прежде всего, в условиях Крайнего Севера и формирования интереса к занятиям физической культуры и развлекательным занятиям были использованы на каждом занятии упражнения в комплексе по объемам: для развития быстроты - 25,0%; для силы - 25,0%, для гибкости - 15,0% и для выносливости - 35,0% объема физической нагрузки и шахматы – шашки 100%. Подобное выполнение соотношений объемов учебной нагрузки позволили улучшить уровень двигательной активность

школьников из 32,4% до 52,6%, а в школьников начальной классе из 42,8 до 75,0%.

В конце учебному году прием нормативы по тестам у детей дошкольников прирост динамики по скоростному бегу на 20м. составил оценки на «отлично» - 32,5%, на оценки «хорошо» - 57,0%, на оценки «удовлетворительно» - 15,0%. По скоростно - силовым упражнениям на оценки «отлично» 430,0%, «хорошо» - 46,0%, «удовлетворительно» 14,0%. По силовым упражнениям возросли: на оценки «отлично» - 42,0%, - «хорошо» - 38,0%, «удовлетворительно» - 20,0%. По гибкости повысилась на оценки соответственно (33,0; 40,8; 19,0; процен- тов). По выносливости стали на оценки «отлично - 46,0%, «хорошо» - 43,4%, «удовлетворительно» - 10,6%.

В конце учебного года исследования по тестам показали, что уровень развития внимания и памяти у детей дошкольного возрасте (6 - 7 -летнего возраста) стал приобретать после 20 - минутных занятий по результатам опроса из 45 детей прирост внимание и память составили на оценки «отлично» - 65,0%, хорошо «35%», у детей начальной школы 45 человека внимания и памяти возросло соответственно (на 85,0; и 15,0 процентов).

При определении уровня физической подготовленности детей следует ориентироваться на следующие факторы:

- степень овладения ребенком базовыми умениями и навыками в разных играх и упражнениях, элементами техники всех основных видов движений;

- умение активно участвовать в разных видах двигательной деятельности, самостоятельно использовать свой арсенал движений в различных условия;

- развитие физических качеств и двигательных способностей: быстроты реакции, ловкости, гибкости, силы, выносливости, координационных способностей.

В работе для характеристики физического развития и состояния здоровья детей используются основные показатели, которые вводятся в годовые отчеты, анализ работы по физкультурному воспитанию по формуле:

Показатель динамики здоровья детей (ПДЗ)

$$\text{ПДЗ} = \frac{X - Y}{n} \times 100\%$$

где X – число детей с положительной динамикой здоровья (по группам здоровья);

Y - число детей с отрицательной динамикой (изменением групп здоровья.

n - число детей, состоящих под наблюдением.

Проведенные нами исследования свидетельствуют о том, что,

предложенные физические средства по планированию и игры шахматы – шашки дошкольников и школьников начальной школы соответствуют возрастным категориям. Они оказывали положительное воздействие на их здоровье, психологическое развитие, вызывая у детей больше интерес по ОФП и игры шахматы- шашки.

В ы в о д ы

1. Целесообразно осуществлять сочетание 2 - 3 - х видов физических упражнений, с повторением в 2 - 3 серии в одном занятии по общетрадиционной методике или в « круговой системе » с учетом уровня физической подготовленности, с целью развития двигательных качеств и укрепления состояния здоровья детей.

2. Более приемлемо в подготовительной группе использовать на каждом недельном, месячном занятиях и в развлекательных формах занятий следующие сочетания объемов физических упражнений: для развития быстроты - 25,0%; для силы - 25,0%; для гибкости - 15,0%, и для выносливости - 35,0% из общего объема физической нагрузки, чтобы оптимально повысился уровень двигательной активности, развивались двигательные качества и укреплялось состояние здоровья.

3. Повысились больше двигательные качества и оздоровительный процесс благодаря частому проведению разнообразных подвижных игр как в спортивном зале, так и на свежем воздухе.

Использованные источники:

1. Веракса Н. Е., Комарова Т. С., Васильева М. А. От рождения до школы Примерная основная общеобразовательная программа дошкольного образования / Н. Е. Веракса, -Т. С. Комарова, М. А. Васильева.- М.: Мозаика - Синтез, 2012.- 330 с.
2. Вавилова Б. Н. Развивайте у дошкольников ловкость, силу, выносливость / Б. Н. Вавилова.- М.,1991.- 175 с.
3. Кистяковская М. Ю. Физическое воспитание детей дошкольного возраста / М. Ю. Кистяковская.- М., 1978.- 220 с.
4. Федеральные требования в образовательном учреждении в части охраны здоровья обучающихся воспитанников // Инструктор по физкультуре, 2011 № 3.
5. Пензулаева Л. И. Физическая культура в детском саду: Подготовительная к школе группа / Л. И. Пензулаева.- М.: Мозаика – Синтез.- 2014.-112 с.
6. Степаненкова Э. Я. Сборник подвижных игр / Э. Я. Степаненкова.- Из – во: Мозаика – синтез, М., 2014.- 143 с.
7. Тарасова Т. А. Контроль физического состояния детей дошкольного возраста / Т. А. Тарасова.- М., 2006 .- 167 с.

Якунин С.А.
студент 4-го курса
факультет «Экономический»

УПРАВЛЕНИЕ РИСКОМ И ДОХОДНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие управления риском и доходности деятельности организации, методы и способы её оценки, а также возможные пути повышения финансовой устойчивости.

Ключевые слова: управление риском, управление доходностью деятельности организации, понятие риска, методы оценки и анализа риска.

Abstract. This article discusses the concept of risk management and profitability of the organization, methods and ways of its assessment, and ways to improve financial stability.

Keywords: risk management, profitability management of the organization, the concept of risk, methods of risk assessment and analysis.

Риск характеризуется как опасность возникновения непредвиденных убытков, потерь ожидаемой прибыли, дохода или имущества, денежных средств в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами.

Его величина измеряется частотой и вероятностью возникновения того или иного уровня потерь.

Важнейшей чертой предпринимательства является наличие риска, как на стадии создания организации, так и в течение дальнейшего ее функционирования. Любое предприятие подвержено риску потери имущества, ценностей, денег, то есть любых видов экономических ресурсов, включая труд и время, ведь трудовые потери и потери времени наносят серьезный ущерб результатам предпринимательской деятельности.

Риск составляет неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения, ведь неопределенность – неизбежная характеристика условий хозяйствования. Часто между понятиями «риск» и «неопределенность» не делается различий, но их, несомненно, следует разграничивать. Риск характеризует такую ситуацию, когда наступление неизвестных событий весьма вероятно и может быть оценено количественно, а неопределенность – когда вероятность наступления таких событий оценить заранее невозможно. В реальных ситуациях решение, принимаемое предпринимателем, почти всегда сопряжено с риском, который обусловлен наличием ряда неопределенных, заранее не предвиденных факторов [1].

Риском можно управлять, то есть использовать различные меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискованного события и принимать меры к снижению степени риска.

Главная цель менеджмента, особенно для условий сегодняшней России, добиться, чтобы при самом худшем раскладе речь могла идти только о некотором уменьшении прибыли, но ни в коем случае не стоял вопрос о

банкротстве, необходимо постоянно корректировать систему действий с позиций максимума прибыли. Поэтому особое внимание уделяется постоянному совершенствованию управления риском - риск-менеджменту.

Риск-менеджмент – система оценки риска, управления риском и финансовыми отношениями, возникающими в процессе бизнеса. При рыночной экономике производители, продавцы и покупатели действуют в условиях конкуренции самостоятельно. Их финансовое будущее непредсказуемо и мало прогнозируемо. Риском можно управлять, используя разнообразные меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискованного события и вовремя принимать меры к снижению степени риска [9].

На степень и величину риска реально воздействовать через финансовый механизм, что осуществляется с помощью приемов стратегии и финансового менеджмента. Этот своеобразный механизм управления риском и есть риск-менеджмент. В основе риск-менеджмента лежат целенаправленный поиск и организация работы по снижению степени риска, искусство получения и увеличения дохода (выигрыша, прибыли) в неопределенной хозяйственной ситуации. Конечная роль риск-менеджмента полностью соответствует целевой функции предпринимательства. Она заключается в получении наибольшей прибыли при оптимальном соотношении прибыли и риска. Риск-менеджмент представляет систему управления риском и экономическими (точнее финансовыми) отношениями, возникающими в процессе этого управления, и включает стратегию и тактику управленческих действий [2].

Под стратегией управления понимают направления и способы использования средств для достижения поставленной цели. Для каждого способа определен набор правил и ограничений для принятия лучшего решения. Стратегия помогает сконцентрировать усилия на различных вариантах решения, не противоречащих генеральной линии стратегии и отбросить все остальные варианты. После достижения поставленной цели стратегия прекращает свое существование, поскольку новые цели выдвигают задачу разработки новой стратегии.

Тактика определяет практические методы и приемы менеджмента для достижения установленной цели в конкретных условиях. Задачей тактики управления является выбор наиболее оптимального решения и самых конструктивных в данной хозяйственной ситуации методов и приемов управления [3].

Риск-менеджмент как система управления состоит из двух подсистем: управляемой подсистемы (объекта управления) и управляющей подсистемы (субъекта управления).

Объектом управления выступают рискованные вложения капитала и экономические отношения между хозяйствующими субъектами в процессе реализации риска – связи между страхователем и страховщиком, заемщиком

и кредитором, между предпринимателями, конкурентами. [4]

Субъект управления – группа руководителей, которая осуществляет целенаправленное функционирование объекта управления. Данный процесс осуществляется при постоянном циркулировании необходимой информации между субъектом и объектом управления.

Использованные источники:

1. Басовский, Л.Е. Теория экономического анализа / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 219 с.
2. Бердинь, И.Э. Экономика предприятия / И.Э. Бердинь, С.А. Пикунова, Н.Н. Савченко, С.Г. Фалько. – М.: Дрофа, 2012. – 367 с.
3. Васина Н.А. Анализ ликвидности и финансовой устойчивости российских предприятий: шаг в сторону снятия неопределенностей / Директ. - 2015.
4. Грачев А. В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: от бухгалтерского учета к экономическому: учеб.-практ. пособие [Текст] / А. В. Грачев. – М. : Финпресс, 2012. – 434 с.
5. Жирнов А.В. Инвестиции и развитие материально-технической базы сельского хозяйства / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина // Экономика и социум. - 2014. - № 4-6 (13). - С. 731-734.
6. Жирнов А.В. К вопросу о принятии предпринимательских решений /А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин //Материалы VII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Ульяновск, 2016. – С. 42-46.
7. Жирнов А.В. Количественная и вероятностная составляющие риска как основа для классификации факторов его возникновения /А.В.Жирнов //Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. - №37-2. – С.93-97
8. Жирнов, А.В. Проблемы развития материально-технической базы сельскохозяйственных организаций / А.В. Жирнов, Ю.А. Лапшин, Г.В. Лапшина // Экономика и социум. -2014. -№ 3(12). -С. 643-646.
9. Жирнов, А.В. Развитие системы планирования региональных агропромышленных объединений / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Современное развитие АПК: региональный опыт, проблемы, перспективы»: сборник научных трудов.-Ульяновск: УГСХА, 2005. –С. 145-149.
10. Жирнов, А.В. Риск-предикторный анализ финансовой составляющей предпринимательской деятельности /А.В. Жирнов //Экономика и предпринимательство. – 2016. - № 1-1 (66-1). – С. 926-931.
11. Лачуга Ю.Ф., Самсонов В.А., Дидманидзе О.Н. Прикладная математика. М.: Колос, 2001, 218 с.
12. Лапшина, Г.В. О направлениях государственной поддержки малых форм хозяйствования на селе /Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин //Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего

профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В.П.Горячкина». -2012. - №1 (52). – С. 111-112.

13.Легеза, Г.В., Дидманидзе О.Н., Митягин Г.Е., Шульга Е. Ф. Многофункциональная имитационная модель. Объединенный научный журнал. 2006. № 25 С. 66-69

14.Уткин Э.А. Риск – менеджмент М: 2013.

15.Шленкин К.В. Программы охраны труда и социальная ответственность менеджмента / К.В. Шленкин, Ю.А. Лапшин, А.В. Жирнов // Экономика и социум. – 2014. - № 3-3 (12). – С. 596-599.

Ярмиева З.А.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

***Аннотация:** В данной статье рассмотрены принципы этикета. В современном деловом мире, с новым образом мыслей и действий, каждый человек, в какой бы сфере профессиональной деятельности не был занят, должен знать и соблюдать правила делового этикета.*

***Ключевые слова:** деловой этикет, принципы делового этикета, деловое общение, деловая этика.*

Деловой этикет – это установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов. Всем известно, что любой сотрудник фирмы – лицо компании, и важно, чтобы это лицо было одновременно симпатичным и профессиональным, доброжелательным и непреклонным, услужливым и самостоятельным.

Овладение деликатной манерой общения требует специальных знаний по этикету вообще и управленческому – конкретно. Но главное состоит в практическом умении быть деликатным. Возрастание нравственного фактора в бизнесе и управлении – закономерность цивилизованной экономики, о чем убедительно свидетельствует опыт развитых стран мира [1, с.89].

Знание правил делового этикета помогает избегать промахов или сгладить их доступными, общепринятыми способами. Поэтому основную функцию или смысл этикета делового человека, можно определить как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения. Второй по значению функцией делового этикета является функция удобства, то есть целесообразность и практичность. Начиная с мелочей и до самых общих правил, деловой этикет представляет собой приближённую к повседневной жизни систему. Ведь важнейший принцип этикета – поступать по этикету необходимо не потому, что так принято, а потому, что так целесообразнее,

удобнее, уважительнее по отношению к другим и самому себе.

Выделяют несколько принципов, на которых основывается этикет:

➤ здравый смысл, а именно здравый смысл подсказывает, что деловой этикет направлен на организацию и поддержание порядка, экономию времени и другие разумные цели. Нормы делового этикета не должны противоречить здравому смыслу;

➤ свобода: несмотря на то, что правила и нормы делового этикета существуют и исполняются, однако они не должны препятствовать свободе выбора партнеров по бизнесу, свободе подбора методов исполнения договоренностей между сторонами. Свобода предполагает терпимое отношение к проявлению национальных особенностей и традиций, к выражению различных мнений и точек зрения;

➤ этичность: деловой этикет ориентирован на добро и по своей сути обязан быть моральным;

➤ удобство: нормы и правила делового этикета предполагают удобства для партнеров по бизнесу; они не должны сковывать деловых людей, мешать развитию деловых отношений. Удобным должно быть все: планировка служебного кабинета, деловая одежда, правила поведения переговоров, причем эти удобства должны быть обеспечены в равной степени для всех участников;

➤ целесообразность: каждое предписание делового этикета служит определенным целям, поскольку виды деловых отношений (презентация, переговоры, деловая беседа и т.д.) имеют конкретные цели;

➤ экономичность: протокольному отделу организации необходимо руководствоваться «разумной стоимостью», поскольку этика деловых отношений не должна обходиться организации очень дорого;

➤ консерватизм: надежность, стабильность, прочность это черты, которые привлекательны в деловом мире. Консерватизм в одежде, манерах, приверженность традициям вызывает чувство основательности и долговечности;

➤ непринужденность: нормы этикета естественны, используются без напряжения, с легкостью. Их соблюдение не должно навязываться, приводить к психологическому отторжению, создавать дискомфорт этикета;

➤ универсальность: нормы делового этикета направлены на многие стороны деловых отношений;

➤ эффективность: стандарты деловых отношений способствуют сокращению сроков исполнения договоров, уменьшению конфликтов в организации [2, с.278-279].

Деловой этикет является результатом длительного отбора правил и норм поведения, которые обеспечивают успех в деловых отношениях.

Формируя себя как делового человека, мы должны ясно осознавать, что такие черты как вежливость, тактичность. Деликатность абсолютно необходимы не только для «умения вести себя в обществе», но и для

обыкновенного житейского бытия. Нельзя забывать о культуре общения, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями, иметь свой, но непременно цивилизованный стиль поведения, свой, но непременно благородный образ. Тот самый имидж делового человека, который гарантирует нам не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности [3, с.36].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Нравственность как ценностное выражение управленческой деятельности // Образование и наука без границ (97015 декабря 2014г.Польша) Материалы I Международной научно-практической конференции «Wykształcenie i nauka bez granic», - 2014. VOL.18. Psychologia i socjologia. Przemysl. – С.88 – 90.
2. Кузнецов И.Н. Деловой этикет: учебное пособие/И.Н. Кузнецов. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 347 с. – (Высшее образование).
3. Игебаева Ф.А. Значение нравственного фактора в управлении и бизнесе //Инновационные процессы в управлении предприятиями и организациями. Сборник статей IX международной научно-практической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2010. С. 34 – 36.

Яфаева Р.М.

магистр

ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ»

Россия, г. Уфа

ЭТИКЕТНЫЕ НОРМЫ ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА

Аннотация: Статья посвящена этикетным нормам общения по телефону. Необходимо помнить, что вежливое, доброжелательное общение по телефону – это один из немаловажных путей формирования позитивного имиджа как организации в целом, так и ее отдельных сотрудников и подразделений.

Ключевые слова: этикет, телефонный разговор, деловой человек, правила общения.

Значение телефонного общения для современных деловых людей трудно переоценить, поскольку это самый простой способ быстрого установления контакта, телексы, телетайпы, факсы лишь дополняют его. По телефону ведутся важные переговоры, назначаются встречи, даже заключаются сделки. Умение деловых людей грамотно вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на реноме фирмы, организации, предприятия, которую они представляют. Соблюдая правила этикета при телефонном разговоре, вы демонстрируете не только свой деловой профессионализм, но и общую культуру, образованность [1, с. 48].

Телефонные переговоры можно рассматривать как специфический случай проведения деловой беседы. Исходя из этого, следует сделать два

вывода. Во-первых, правила подготовки и проведения деловой беседы во многом сохраняют свою значимость при ведении телефонных переговоров. Во-вторых, телефонный разговор обладает целым рядом отличительных особенностей по сравнению с очной беседой.

Сходство этических правил деловой беседы и телефонного разговора заключается в возможности перенесения основных этапов подготовки и проведения с очной на телефонную беседу. Так, например, в зависимости от значимости телефонного разговора следует уделить внимание отдельным этапам его моделирования: определение цели беседы, ее информационная подготовка, отработка формулировок понятий и суждений, определение последовательности и содержания аргументации, анализ возможной реакции собеседника на те или иные высказывания.

Естественно, правила, относящиеся к очной беседе, следует переносить на телефонный разговор не автоматически, а с определенной корректировкой. Для данного вида беседы не актуальны такие этапы подготовки, как формирование состава участников или выбор места проведения беседы с учетом элементов невербальной обратной связи по причине ее отсутствия. Начальный, основной и завершающий этапы проведения разговора в телефонном варианте будут не столь явно выражены [2, с.57].

Неизменными следует считать общие нормы поведения в беседе: демонстрация заинтересованности в предмете разговора, доброжелательность по отношению к собеседнику (даже если телефонный звонок отвлек вас от важных и срочных дел, указать собеседнику на вашу занятость следует в корректной и вежливой форме), отсутствие влияния на характер разговора вашего общего настроения

Кроме того, телефонный разговор связан, как правило, с передачей конкретной информации. «Хорошим тоном» и хорошей «техникой личной работы» считается готовность собеседника эффективно принять и использовать направляемую ему информацию. Также немаловажно и то, как человек умеет передавать необходимую информацию в ходе телефонной беседы. В этом смысле важен этап информационной подготовки к беседе. Он подразумевает подборку в компактном виде всех необходимых данных, цифрового материала, наименований документов и т. п., которые с большой степенью вероятности могут быть востребованы в ходе телефонных переговоров. Рекомендуется подобного рода информацию заносить в специальный блокнот, используемый только для телефонных бесед. В этот блокнот следует заносить также предварительно составленный план разговора, особенно если он включает в себя несколько достаточно сложных вопросов. Сюда же целесообразно записывать получаемую информацию. Рекомендуется фиксировать дату и время телефонных звонков. Записывать получаемую информацию следует в любом случае, не полагаясь излишне на собственную память. В этом смысле телефонный разговор выгодно

отличается от очной беседы, так как запись информации не всегда позитивно воспринимается собеседником при непосредственном контакте. Если какую-то информацию вы не успели зафиксировать в процессе разговора, – сделайте это непосредственно после его завершения, не откладывая до выполнения более срочных, с вашей точки зрения, дел [3, с.68].

Телефон – наш деловой партнер, сотрудничество с которым требует определенных этикетных знаний. Практика показывает, что даже беглое ознакомление с правилами телефонного этикета и техникой телефонных переговоров значительно улучшает качество работы в этой области деловых отношений. Иногда достаточно разъяснить самые типичные ошибки, и многие проблемы, связанные с эффективностью взаимодействия с клиентами компании, ее деловыми партнерами и корпоративным имиджем, исчезают, позволяя корректировать и совершенствовать стиль делового поведения.

Будьте вежливы в общении, и тогда оно доставит массу удовольствия вам и вашему собеседнику [4, с.110-111].

Использованные источники:

1. Игебаева Ф.А. Этикет делового телефонного разговора // Развитие предприятий, отраслей, регионов России. Сборник статей IV Всероссийской научно-методической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2011. С. 48 – 50.
2. Шилова К.А. Телефонные разговоры делового человека. М., 1993. – 71 с.
3. Ллойд К.Ф. Телефонный разговор с клиентом: как добиться успеха. – М., 1994. – 114 с.
4. Игебаева Ф.А. Межличностное общение и коммуникации: практикум. – Уфа: «Башкирский ГАУ», 2013. – 144 с.

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

*Сарафанов А.Д.
магистрант 1го курса*

*Никушина А.Н.
студент 4го курса*

*Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог*

БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДОВ РОССИИ

В статье обосновывается необходимость внедрения такого направления деятельности, как управление территорией. В условиях рыночной экономики продвижение территорий является источником

пополнения городского бюджета и, несмотря на то, что геобрендинг имеет западные корни, этот подход особо актуален для такой огромной страны как Россия.

Ключевые слова: геобрендинг, брендинг территорий, урбанизация, региональная экономика.

*Sarafanov A.D.
Master student
South Federal University,
Russia, Taganrog
Nikushina A.N.,
4 th year student,
South Federal University,
Russia, Taganrog*

BRANDING AREAS AS A TOOL OF INCREASING INVESTMENT APPEAL OF RUSSIAN CITIES

The article substantiates the need for the introduction of such activities as the administration of the territory. In a market economy, the promotion of the territories is a source of replenishment of the city budget, and, despite the fact that geobranding has Western roots, this approach is particularly relevant for a country like Russia.

Keywords: geobranding, branding areas, urbanization, regional economy.

Одна из актуальных проблем России - это высокая концентрация материальных и человеческих ресурсов в крупнейших индустриальных центрах, и, соответственно, отток этих ресурсов из малых и средних городов. Возможное эффективное решение этой проблемы заключается в активном внедрении геобрендинга в российские города. Брендинг территорий – это стратегия развития и повышения конкурентоспособности городов, посредством создания устойчивого привлекательного образа территорий. Данная стратегия предполагает комплексный подход к развитию территориальных образований и повышению их привлекательности для таких категорий людей, как местное население, инвесторы и туристы. Основная задача этого исследования – определение социальных, экономических и информационных особенностей в маркетинге территорий. Геобрендинг как стратегия коммуникаций обеспечивает комплексность, проблемно-аналитическую информацию и дифференциацию деятельности для города – эта информация может быть использована муниципальными, региональными и федеральными административными и политическими структурами, а также учреждениями образования и культуры. Собираемый образ городского бренда формируется на основе имиджа региона, являясь наивысшим проявлением эмоционально-потребительских предпочтений, главным основанием для конкурентоспособности региона и его экономики.

В России о теории использования этого маркетингового приема

заговорили менее 10 лет назад. До этого население, культурные учреждения, субъекты хозяйствования не рассматривались как некий товар, который может приносить доход. Сегодня интерес к геобрендингу растет, так как развитие привлекательности российских городов является одним из перспективных направлений современного маркетинга территорий. Вполне логично, что город, который не имеет перспектив экономического развития, не находит и средств для собственного позиционирования. В то время как крупные города, обладающие колоссальными ресурсами, являются привлекательными для инвесторов, рабочей силы и туристов и без необходимости прикладывая дополнительных усилий. Но неверным будет суждение о том, что малые и средние города не имеют перспектив развития - зачастую небольшие города имеют исторические, культурные, архитектурные ценности.

В качестве результатов геобрендинга выделяют:

- ✓ формирование благоприятного имиджа города, его престижной, деловой и социальной составляющей конкурентоспособности;
- ✓ привлечение в город государственных и коммерческих заказов;
- ✓ расширение участия города в реализации международных и федеральных программ;
- ✓ повышение эффективности использования собственных ресурсов за пределами города.

Развивать привлекательность города можно различными путями, однако, в первую очередь, нужно иметь эффективную социально-экономическую структуру, которая могла бы стабильно поддерживаться источниками необходимых средств. Имидж региона складывается из информации, попадающей в СМИ; значимое влияние имеют интернет-технологии; также большую роль в продвижении бренда города играют местные жители, ведь именно люди представляют самобытность и даже некоторую собственную ментальность города. Основная задача брендинга - сохранить уникальность и неповторимость города. В крупных, и территориальных приближенных к ним, городам процесс создания бренда идет значительно активнее, нежели в «глубинках». Как решение этой проблемы специалисты в сфере брендинга предлагают использовать программно-целевой подход – это и есть разработка и дальнейшее внедрение программ и проектов.

Также хочется подчеркнуть, что географический брендинг – это очень перспективный способ конкуренции регионов за капиталом, гостями города и рабочей силой. В таких ситуациях брендинг территорий – лучший маркетинговый ход. В тоже время, социально-экономический аспект является неременным условием развития потенциала геобрендинга малых и средних городов России. Несмотря на то, что некоторые города находятся в

изначально лучшим положении, другие города также в состоянии, подоядя к проблеме собственного геобрендинга комплексно, развивать собственную инвестиционную и туристическую привлекательность. В большей степени развитию потенциала геобрендинга способствует развитие социально-экономического статуса города при использовании современных информационных технологий. В любом случае, успешность геобрендинга зависит от решения правительства страны, что говорит о необходимости разработки данного вопроса в нормативно-законодательной базе.

Использованные источники:

1. Брендинг территорий / Электронный источник URL: http://www.exlibris.ru/services/branding_territorial/ (дата обращения 10.02.2016г)
2. Экспертный информационный канал / Электронный источник URL: http://uralpolit.ru/news/press_center/interview/dlya-chinovnikov-geobrending-roka-svoditsya-k-simvolam-na-flage-i-gerbe (дата обращения 17.03.2016г)
3. Языкова П.В. Социально-экономический аспект развития потенциала геобрендинга малых и средних городов / Журнал Социально-экономические явления и процессы, №10 от 2011г.

*Темиржанова К.Б.
бакалавр, студент
ПГУ им. С. Торайгырова
Казахстан, г. Павлодар*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НЕКОТОРЫХ ОТРАСЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Аннотация к статье: В данной статье описаны проблемы некоторых направлений социальной защиты в Казахстане и перечисляются возможные способы решения данной проблемы (на основе сравнительного анализа с Латвией).

Ключевые слова: недостатки социальной защиты, повышение социального обеспечения населения, матери одиночки, инвалиды.

Социальная защита - это система, призванная обеспечивать определенный уровень доступа к жизненно необходимым благам и определенный уровень благосостояния граждан, которые в силу обстоятельств (старость, состояние здоровья, потеря кормильца или работы и иные законные основания) не могут быть экономически активными. Международная организация труда, членом которой является Казахстан, определяет систему социальной защиты как комплекс мер, включающий в себя: стимулирование стабильной, оплачиваемой трудовой деятельности; предотвращение и компенсацию части доходов в случае возникновения основных социальных рисков с помощью механизмов социального страхования; предоставление механизмов социальной помощи, предназначенной для уязвимых групп населения, не являющихся

участниками системы социального страхования; доступ граждан к основным правам и услугам.[1]

В данной статье нами рассматривается система социальной обеспеченности и недостатки которые указывают сами нуждающиеся.

По формам объектов социальной защиты подразделяются на: социальная защита детства, социальная защита малообеспеченных семей и граждан, социальная защита женщин и многодетных матерей, социальная защита безработных, социальная защита лиц пенсионного возраста, социальная защита больных и инвалидов, поддержка социальных отраслей, здравоохранения и образования. Но в данной статье мы рассмотрим лишь часть группы относящиеся к уязвимым: инвалиды, матери одиночки с детьми младше 18 лет и с детьми в возрасте неспособные на самостоятельное обслуживание.

В процессе исполнения социальной защиты гражданам зачастую мы сталкиваемся с такими проблемами как: не информированность обратившихся граждан, то есть не ознакомление обратившихся с полной информацией о требуемой услуге. Отсутствие или не полное ознакомление с критериями и т.д.; не удовлетворенность в полученных услугах; трудности при оказании тех или иных услуг; прочие нюансы, связанные с воспитанием и менталитетом граждан. Эти сложности в совокупности являются основной неудовлетворенности в оказании услугах.

На данный момент социальная защита инвалидов обеспечивается путем предоставления социальной помощи, медицинской, социальной и профессиональной реабилитации, образования и иных мер, направленных на создание им равных с другими гражданами возможностей участия в жизни общества. Социальная помощь инвалидам включает выплаты в виде государственных пособий, компенсаций и иных выплат, предусмотренных законодательством Республики Казахстан: предоставление инвалидам технических вспомогательных (компенсаторных) средств и специальных средств передвижения; социальная и медицинская реабилитация инвалидов; социальное обслуживание на дому и в территориальных центрах социального обслуживания, медико-социальных учреждениях; обеспечение инвалидам доступа к объектам социальным и культурно - зрелищным объектам ; обеспечение инвалидов жильем; обеспечение доступа инвалидов к информации; обеспечение инвалидам условий для получения образования и дошкольного воспитания; обеспечение занятости инвалидов[2].

Мы провели анализ мы выявили ряд проблем с которыми часто сталкиваются инвалиды: в первую очередь с большим количеством проблем сталкиваются инвалиды-колясочники. Здесь вся суть проблемы заключается в передвижении граждан относящихся к этой категории:

- Передвижение на общественном транспорте. К сожалению в нашей стране структура перевозок лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата не так развита как в зарубежных странах. К примеру,

в Латвии (так как основным транспортом передвижения является данный вид транспорта) у троллейбусов – низкий пол, в дверных проемах и проходах внутри салона нет ступенек, поэтому они приспособлены для перевозки пассажиров с особыми потребностями. У средних дверей установлена посадочная рампа с электромеханическим приводом. В свою очередь хочется добавить, что это удобство так же положительно сказывается для матерей с маленькими детьми.[3]

- Следующая проблема связана с самостоятельным передвижением инвалидов-колясочников, точнее передвижение по тротуарам. Тут хочется заметить, что даже новые проекты в связи с архитектурными и строительными барьерами создают проблемы с передвижением. Отсутствие плавных спусков у тротуаров для передвижения колясок.

- Также хочется обратить внимание на места парковок для лиц с особыми требованиями. От отсутствия достаточного места для парковки, многие граждане занимают места парковочных мест предназначенных для инвалидов.

Для политики Казахстана приоритетным направлением является поддержка материнства, брака, рождение детей, нежели стимулирование поддержки матерей одиночек. В настоящее время в республике действует целостная система социальной защиты материнства и детства, а также поддержка малообеспеченных семей.

В соответствии с Законом РК «О государственных пособиях семьям, имеющим детей» выплачиваются: единовременное и ежемесячные пособия.[4] Так же оказание адресной социальной помощи малообеспеченным семьям, имеющим среднедушевой доход ниже черты бедности(40% от прожиточного минимума). Оказание жилищной помощи малообеспеченным семьям, расходы на коммунальные услуги которых превышают. предусмотрено пособия лицу, воспитывающему ребенка-инвалида). Тем не менее всего этого недостаточно для существования. [5]Хотелось бы отметить проблемы категорий матерей одиночек имеющих детей младше 18 лет и детей возраста не в состоянии самостоятельно себя обслуживать. Не удовлетворенность заключается в размере получаемых пособий. Как принято от недостатка материальных средств на проживание, матери одиночки трудоустраиваются. Обычно это социальные рабочие места, либо на неполный рабочий день. Тут в качестве государственной, поддержки предлагается оказание материальной поддержки в виде освобождения от оплаты на праздничные мероприятия, концерты и остальные сборы средств в образовательных заведениях. Так же местные исполнительные органы и работодатели имеют вправо оказывать дополнительные виды социальной помощи нуждающимся гражданам. Этой категории, например предоставить сопровождение из числа волонтеров, также такое взаимодействие по нашему мнению в разы облегчит трудности

матерей одиночек. К примеру сопровождение детей в детские сады, школы, больницы и обратно.

Для улучшения получения полной информации при обслуживании проводить дополнительную консультацию у специалистов. Учитывая особенность современного общества, возможность получать онлайн консультацию как в текстовом так и в видео формате.

Подводя итоги надо отметить, что проблемы вышеуказанных групп социальной защиты для общества не смотря на новшества и поддержку со стороны государства, некоторые аспекты все еще остаются в тени.

Наряду с этим хочется обратить внимания не только организаций, которые воплощают социальную поддержку населению, но и самих нуждающихся граждан. К сожалению мировоззрение многих позволяет им думать не рационально и граждане зачастую считают, что проблемы с которыми они столкнулись должны устраниваться без их участия. Хочется отметить, что в первую очередь обратившийся человек заинтересован в устранении тех или иных проблем, организации же имеют возможность выполнять только те функции что были ранее установлены вышестоящими органами.

Поэтому хочется отметить, что благосостояние граждан в целом зависит от их компетентности в вопросах социальных услуг.

Использованные источники:

1. Концепция Правительства от 27.06.2001 N 886"Концепция социальной защиты населения Республики Казахстан", гл.1, стр.1
2. Закон Республики Казахстан от 13.04.2005 N 39-III"О социальной защите инвалидов в Республике Казахстан", гл. 3, ст. 15-31. -2
3. <https://www.rigassatiksmelv.ru/aktualnaya-informatsiya/v-rige-obnovleno-2-3-parka-trolleibusov-150-i-novyi-trolleibus-takzhe-uzhe-perevozit-passazhirov/>
4. Закон РК «О государственных пособиях семьям, имеющим детей» №63 от 28.06.2005 г.
5. Закон Республики Казахстан от 17 июля 2001 года № 246-II О государственной адресной социальной помощи (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.11.2015 г.)

*Юсупов Ш.А.
старший преподаватель
кафедра «Финансы и кредит»
«Российского экономического университета
им. Г.В. Плеханова» филиал в г. Ташкенте
Республика Узбекистан, г. Ташкент*

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЖКХ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ

Аннотация: Высокие темпы экономического роста влияют на увеличение доходов населения, в свою очередь, всё это приводит к повышению требований к комфортности жизни, увеличению объема

индивидуального жилищного строительства, порождению спроса на электроэнергию, воду, газ и другие коммунальные услуги.

Annotation: High rates of economic growth affect the increase of household incomes, in turn, all of this results in an increase in demands for life of comfort, increase the volume of individual housing construction, the generation of the demand for electricity, water, gas and other municipal services.

Ключевые слова: экономический рост, частный бизнес, урбанизация, государственно-частное партнёрство, доходы населения.

Key words: the economic growth, private business, urbanization, government-private partnership, income of population, reforming.

Обеспечение социальной защиты граждан посредством разработки и реализации комплексных мер по улучшению жилищного фонда, является главной задачей любого государства. Поэтому всемерно поддерживается привлечение частного бизнеса в данную отрасль, посредством стимулирования финансовых отношений или инструментов, что позволяет сделать её безубыточной и привлекательной для бизнеса.

Один из приоритетов в реформе жилищно-коммунальной сферы (ЖКХ) дало возможность управления и обслуживания многоквартирного дома путем объединения жителей в товарищества частных собственников жилья (ТЧСЖ).

Товарищество частных собственников жилья - это объединение частных собственников жилых помещений в одном или нескольких компактно расположенных многоквартирных домах, объединенных общим земельным участком с элементами благоустройства[1].

Реформы и кардинальные изменения данной отрасли, являясь составной частью структурных преобразований в экономике, начались в соответствии с Концепцией углубления экономических реформ в системе коммунального обслуживания населения, принятой в 1998 году[2] и нацелены на:

- разработку эффективного механизма государственного контроля за состоянием и сохранностью жилищного фонда, коммунальных систем;
- поэтапный переход отрасли к самоокупаемости, преодоление затратного механизма в ценообразовании, создание конкурентной среды;
- осуществление институциональных преобразований, направленных на обеспечение многообразия форм собственности и рыночных принципов функционирования отрасли;
- проведение целенаправленной научно-технической и экономической политики по обеспечению рационального использования ресурсов, экономии энергоносителей.

В силу сложностей переходного периода, бюджетных средств на поддержание и развитие ЖКХ выделялось недостаточно. Это заметно повлияло на снижение объема и качества услуг, привело к замедлению

обновления основных фондов, коммуникаций. Всё это, являющийся ключевой проблемой периода становления, повлияло на рассмотрение ЖКХ в качестве инструмента социальной защиты населения и принятию кардинальных мер по обеспечению социальной стабильности государства.

Устоявшаяся система (управление, технические средства) ЖКХ всё тяжелее и с трудом отвечает потребностям быстро растущей экономики. Потребность в коммунальных услугах геометрически увеличивается с ростом доходов населения.

В структуре доходов населения, растет доля доходов от предпринимательской деятельности, увеличилась до 52 процентов против 47,1 процента в 2010 году[3].

Высокие темпы экономического роста влияют на увеличение доходов населения[4], в свою очередь, всё это приводит к повышению требований к комфортности жизни, увеличению объема индивидуального жилищного строительства, порождению спроса на бытовую технику и, соответственно, на электроэнергию, воду, газ и другие коммунальные услуги.

Быстрыми темпами расширяются масштабы жилищного строительства во всех регионах республики. В период реформирования ЖКХ общая площадь жилищного фонда возросла в 1,9 раза. Достигнутый стабильный рост обеспеченности жильем на одного человека с 12,4 до 15,4 м² показывает успешное выполнение социальных норм, установленной Жилищным кодексом (16 м² на человека).

В качестве ключевого индикатора в перспективе до 2030 г. целесообразно ориентироваться на увеличение нормы жилищной площади до уровня 20 м² на 1 жителя страны[5]. Это позволит иметь более удобное и комфортное жизненное пространство для жизни людей и создать необходимые стимулы для развития строительной отрасли и смежных отраслей.

Прогнозные расчеты показывают, что в случае реализации активной жилищной политики к 2030 году при общей численности населения в 36 918 тыс. чел., доля городского населения должна составить 52,77%, а сельского – 47,23%. Обеспеченность жильем при этом постепенно увеличивается – до 16 м² к 2020 г., до 20 м². к 2030 году.

В результате качественно изменяются показатели ввода нового жилья: в период 2016—2030 гг. в целом они составят 301 млн. м², из них в городе – 157 млн. м², а в селе – 143 млн. м². Всё это, несомненно, послужит фактором повышения инвестиционной деятельности государственно-частного партнерства.

С увеличением субъектов ЖКХ (ТЧСЖ, профессиональных управляющих компаний) неизбежно зарождение новой задачи по финансовому регулированию и качественному управлению в части финансового менеджмента, экономического анализа и учёта затратного механизма. Всё это приводит к рациональному и эффективному

использованию поступающих финансовых ресурсов и сокращению объёмов финансирования из государственного бюджета.

Расширение сфер деятельности созданных профессиональных управляющих[6] компаний обслуживающих жилищный фонд, определение механизма финансового контроля посредством введения финансового менеджмента, отвечающего критериям в сфере жилищного фонда, создание единого регулятора отвечающего за контроль деятельности ТЧСЖ и профессиональных управляющих компаний обслуживающих жилищный фонд требует реформирования ЖКХ, что позволит активизации инвестиционной роли государственно-частного партнёрства в повышении качества коммунальных услуг путём стимулирования со стороны государства.

Наряду с повышением качества коммунальных услуг населению, необходима «широкая популяризация Интернет банкинга среди населения и расширение функциональности систем Интернет банкинга с предоставлением возможностей осуществлять расчеты и платежи, в первую очередь коммунальные, используя накопленный опыт организации расчетов по услугам мобильной связи[7]».

Несмотря на достижения в социально-экономическом плане, проблемы ЖКХ занимают важное место в социальном развитии государства. Жилищная реформа идет на протяжении более 20 лет, однако ЖКХ остается фактором потенциальной социальной напряженности, поэтому исследование финансовых отношений в ЖКХ приобретает все более актуальное значение.

В целях поддержки политики реформирования ЖКХ, для эффективного и динамичного развития данной отрасли, необходимо создание института коммунальной собственности, служащего поддержкой участникам ЖКХ по нормативно-правовой, практической и технической базе, а также усиление государственно-частного партнерства. Таким образом, обеспеченность коммунальными услугами населения всех регионов и улучшение социальной ситуации, достигается, когда ЖКХ станет привлекательной для инвесторов и участников государственно-частного партнерства.

Использованные источники:

1. Закон Республики Узбекистан "О товариществах частных собственников жилья" от 12 апреля 2006 года № ЗРУ-32, статья
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 461 от 3.11.1998г.
3. Доклад Президента Республики Узбекистан на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год // газета «Правда Востока» №11 (6416) от 16 января 2016 года.
4. Реальные совокупные доходы на душу населения повысились на 9,6

процента. Источник: Доклад Президента Республики Узбекистан на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год // газета «Правда Востока» №11 (6416) от 16 января 2016 года

5. <http://blog.review.uz/makroekonomika/zhilishhnoe-stroitelstvo-kak-drajver-ekonomicheskogo-rosta/> от 29 Окт 2015

6. В соответствии с Законом Республики Узбекистан «О товариществах частных собственников жилья» (от 12 апреля 2006 г.) и Постановлением Кабинета Министров «О дальнейших мерах по развитию товариществ частных собственников жилья и формированию реального рынка жилищных услуг от 12 апреля 2006 года № 64.

7. Абдуллаева Ш.Р., Внедрение инноваций в развитие банковских услуг в Узбекистане., Сборник научных статей XI Международной дистанционной научной конференции. Журнал «Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения» № 11, Липецк: ООО «Максимал информационные технологии», 2014 (С. 59-62).

МЕДИЦИНА И ЗДОРОВЬЕ

*Машаринов А.С.
судмедэксперт*

Россия, г. Ургенч

Салойдинов А.Ш.

студент 4курс

медико-педагогический факультет

Арифджанова Ж.Ф.
студент 3 курса
педиатрический факультет
Ташкентский Медицинский Педиатрический Институт
Россия, г. Ташкент

ОЦЕНКА ПОВРЕЖДЕНИЙ ПРИ ЧЕРЕПНО-МОЗГОВОЙ ТРАВМЕ

Аннотация : ЧМТ часто приводит к смертельному исходу или ведет к инвалидизации населения и поэтому в нашей работе описаны повреждения внутренних органов при ЧМТ.

Ключевые слова : травма, синдром, повреждения, смертность.

Annotation: Traumatic injury Mozkovy leads to death or o the disability population and that's why in our work described inside injuries by traumatic injury mozkovy

Key words: injury, syndrome, death, damage

Изменения внутренних органов и систем организма после ЧМТ, развивающиеся в определённой последовательности, соответственно фазам общего адаптационного синдрома, привлекают исследователей возможностью определения давности возникновения механической травмы.

При изучении электролитов калия и натрия, остаточного азота в крови трупов лиц, погибших от механической травмы, в том числе при смертельной ЧМТ, был сделан вывод о возможности использования показателей посмертной динамики уровня калия и остаточного азота для суждения о времени переживания травмы [1].

Исследование активности ионов калия, натрия и водорода в сыворотке крови из правых отделов сердца в течение 48 часов после смерти лиц, погибших от ЧМТ, при отсутствии алкоголя в организме, привело исследователей к выводу о возможности определения давности наступления смерти по активности калия в сыворотке крови правого желудочка сердца [2,3].

Исходные параметры комплексной относительной диэлектрической проницаемости и проводимости в течение 30 суток посмертного периода, будучи связанные с достаточно сложными физико-химическими процессами, происходящими с белками, липидами и электролитами спинномозговой жидкости, позволяют установить как сам факт наличия черепно-мозговой травмы, так и срок её возникновения [2].

Объективные критерии судебно-медицинской диагностики давности травматических внутричерепных кровоизлияний должны базироваться, в первую очередь, на результатах биохимических исследований, так как биохимические реакции протекают достаточно автономно и могут быть зафиксированы в различные сроки. Активность ферментов проявляется на ранних биохимических сдвигах в тканях, когда патоморфологические изменения еще не выражены. Изменения возникают не только в тканях и циркуляторном русле, но и в периферической крови, что позволяет

совершенствовать методики установления давности ЧМТ как при исследовании трупов, так и у живых пострадавших в остром травматическом периоде . ,

По данным литературы иммуногистохимические исследования проявления глиального фибриллярного кислотного белка после травмы головы. Явление этого белка в антрацитах иммуногистохимически исследовалось в течение первых 30 недель после повреждения головы. Проводился также количественный морфометрический анализ в различных топографических регионах подкоркового вещества и малого вещества. В отличие от иммунореактивности данного белка в неповрежденных тканях, значительное увеличение числа положительных астраглиальных клеток его может быть обнаружено в участках, прилегающих к местам повреждения в период от 1-го дня до 4-х недель после повреждения головы.

Изучение гемо реологических нарушений после черепно-мозговой травмы показало, что в развитии вторичного повреждения мозга, включая образование микротромба, который играет важную роль, участвуют несколько механизмов. В 74 случаях авторы обнаружили повреждение коры головного мозга после ЧМТ. В 20 случаях, в которых нейропатологической патологии не выявлено, служили контролем. Среди пострадавших с травматическим повреждением было 52 мужчины и 22 женщины, средний возраст — 48 лет; большинство из них скончались в течение 48 часов. Определялось общее число фибриновых микротромбов в срезе из каждого полушария мозга. Среднее число микротромбов, обнаруженных в поврежденном полушарии, было равно 152, в противоположном полушарии — 88, в контрольных случаях - 13. Было выявлено увеличение количества микротромбов в поврежденных областях мозга, более высокое у молодых людей, особенно на 9-й день после травмы, с повреждением противоположного полушария без очагов повреждения.

В настоящее время много работ посвящено оценке морфологических изменений в головном мозге при повреждении его оболочек и больших полушарий в зависимости от механизма повреждения при ЧМТ и давности ее причинения, изучено патологическое ликворообращение [1.4]

Многообразие обстоятельств и причин возникновения ЧМТ обуславливает широкий спектр вопросов, решение которых входит в компетенцию судебно-медицинской экспертизы. Трудности судебно-медицинской оценки ЧМТ определяются следующими обстоятельствами: травмы головы представляют совокупность повреждений различных тканей, отличающихся по своей морфологической сущности, повреждения разных тканей обладают различной судебно-медицинской информативностью. При всем разнообразии морфологии внутрочерепных и экстрачерепных повреждений решение экспертизы должно приниматься в рамках системного подхода, при совокупной оценке всех проявлений патологии, строгой объективной оценке каждого из оцениваемых морфологических

компонентов.

Судебно-медицинское значение травм головы определяется возможностью установления следующих критериев ЧМТ: факт травмы, место приложения силы, вид, направление, сила и число травмирующих воздействий, характер взаимодействия травмирующего предмета и головы, идентификация травмирующего предмета, установление его формы, материала, размера, рельефа, травмирующей поверхности тупого предмета, давности травмы. Интерес представляет изучение изменений морфологии отдельных внутренних органов как следствие ЧМТ со смертельным исходом. Исследования, посвященные нарушению функции отдельных внутренних органов, вследствие ЧМТ, таких как печень, проводимые ранее, носят эпизодический, незавершенный характер.

Использованные источники:

1. Шагинян Г.Г. Черепно-мозговая травма/Г.Г. Шагинян, О.Н. Древаль, О.С. Зайцев; под ред О.Н. Древаля.- Москва: ГЭОТАР-Медиа,2010.- 288с
2. Шайтор В.М. Неотложная педиатрия: краткое рук/ В.М.Шайтор, И.Ю.Мельникова; Минздравсоцразвития Россия, АСМОК.- Москва: ГЭОТАР- Медиа,2007.-160с
3. Шток В.Н. Головная боль/ В.Н. Шток.2-е изд. Перераб. И доп.- Москва:МИА, 2007.-472с
4. Валиуллина С.А. Региональные особенности черепно-мозгового травматизма у детей в России/ С.А Валиуллина, Е.А. Шарова// Общественное здоровье и здравоохранение.-2014-№1-с15-22

Ниязов Ш.Р.

магистр

*кафедра оториноларингологии и детской
оториноларингологии, стоматологии*

Усманхаджаев А.А.

студент 4 курса

Арифджанова Ж.Ф.

ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ ХРОНИЧЕСКОГО ГНОЙНОГО СРЕДНЕГО ОТИТА

Аннотация: Заболевания лор патологии – это часто встречающиеся заболевания и зачастую приводящие к потери слуха и поэтому в нашей работе раскрыты диагностические критерии ХГСО.

Ключевые слова :отит ,слух, лор ,проблема ,тугоухость .

Annotation: diseases of lor pathology- are often founded disease and most of all makes deaf and that's why we decided to open laboratory works od this disease

Key words: otitis, hearing, lor, problem, deaf

Хронический гнойный отит средний отит (ХГСО) является проблемой современности так как эта проблема особенно диагностика этого заболевания состоит в том, чтобы предотвратить как тяжёлые внутричерепные осложнения вследствие этого заболевания, так и развитие хронических форм тугоухости, вестибулярные дисфункции, которые снижают качество жизни, социальную адаптацию, а также профессиональную пригодность трудоспособного населения . По данным многих авторов, частота хронических гнойных заболеваний среднего уха различной этиологии составляет 21-22% среди патологии лор-органов, а распространённость ХГСО среди населения - 0,8-1%. [2,3]

При первичной диагностике хронических гнойных заболеваний среднего уха и их осложнений учитываются не только клинические данные, но и результаты отоскопии, рентгенологического исследования височных костей в проекциях Шюллера, Майера и Стенверса. Однако эти методы исследования не всегда отвечают требованиям клиники и не дают полного и точного представления о состоянии структур среднего уха. Помимо стандартной отоскопии целесообразно выполнять эндоскопическое исследование уха. При обширных перфорациях барабанной перепонки отоэндоскопия позволяет увидеть скрытые участки барабанной полости и аттика, которые не всегда визуализируются при традиционной отоскопии. Для выявления ряда изменений при ХГСО, недоступных для традиционных рентгенологических методик используется компьютерная томография (КТ). Благодаря этому методу более чётко определяются локализация воспалительного процесса, степень его распространённости, наличие деструкции в костных образованиях, а также пути и объёмы возможного хирургического вмешательства. Возможности и роль лучевой диагностики в медицине еще более возрастают с появлением мультиспиральных компьютерных томографов с трех- или четырехмерной реконструкцией, что делает возможным воспроизводить изображение височной кости в любой плоскости и под любым углом без необходимости повторного сканирования.

В последние годы общепризнанно, что при ХГСО в патологический процесс может вовлекаться и внутреннее ухо вследствие хронической интоксикации и патологических изменений в среднем ухе. По данным большинства исследователей, при ХГСО часто в той или иной мере страдает слуховой анализатор. Хроническое воспаление в среднем ухе постепенно приводит к присоединению нейросенсорного компонента к снижению слуха по кондуктивному типу. Логично предположить, что ХГСО должен приводить к поражению и вестибулярного анализатора. Однако в литературе лишь единичные работы посвящены изучению состояния вестибулярной функции при хроническом воспалительном процессе в среднем ухе. На наш взгляд, это связано с тем, что нарушения со стороны вестибулярного анализатора проявляются значительно позднее, чем со стороны слухового анализатора, в связи с большей способностью к компенсации и обширным связям с различными образованиями ЦНС. Пока вестибулярный анализатор сохраняет способность к адаптации и нормальной работе в условиях патологии большинство больных, приходя к врачу, не жалуются на нарушения системы равновесия, и на первый план выходят жалобы со стороны слуха (шум в ухе, снижение слуха). В то же время при активном прицельном сборе анамнеза многие больные отмечают те или иные нарушения вестибулярной функции: периодические легкие головокружения, неустойчивость при ходьбе и др. Однако рано или поздно в связи с нарастанием патологических изменений в среднем ухе, происходит срыв адаптации, и тогда вестибулярные жалобы выходят на первый план. Пациенты, теряющие способность к удержанию равновесия и координации движений, не имеют возможности вести активный образ жизни, поэтому актуальность изучения вестибулярных нарушений, часто ведущих к стойкой утрате трудоспособности больных, определяется особенностями данных нарушений.

Большая социальная значимость ХГСО обусловлена развитием тугоухости, затрудняющей общение, обучение и трудовую деятельность. Частые обострения заболевания ведут к временной, а иногда и стойкой потере трудоспособности. Принимая нередко неблагоприятное течение, процесс может распространиться на внутреннее ухо и в полость черепа [1,6].

В этиологии гнойного воспаления среднего уха важную роль играет микробный фактор [4]. В таких случаях обоснованно применение антибактериальных препаратов для создания благоприятных условий при заживлении раны в послеоперационном периоде. Поэтому знание микробного представительства среднего уха в процессе хирургического лечения является необходимым для адекватного выбора препарата для эмпирической и целенаправленной антибиотикотерапии. Многие авторы отмечают тенденцию к постепенному изменению микробного «пейзажа» вследствие широкого внедрения современных мощных антибактериальных средств. Исследование микрофлоры среднего уха должно проводиться

неоднократно в течение курса лечения [5,6].

Таким образом, несмотря на многолетний опыт специалистов разных стран, современных материально-технических средств и технологий, разнообразия методик реабилитации, лечение ХГСО остается большой проблемой в вопросах современной оториноларингологии ; поиск более эффективных методов лечения больных ХГСО остается актуальным.

Использованные источники:

1. Стратиева О.В., Арефьева Н.А. Архитектоника среднего уха в патогенезе экссудативного отита - Уфа, 2004 - 62 с.
2. Туровский А.Б., Крюков А.И. Острое воспаление наружного и среднего уха. *Consilium Medicum* 2008; 2, №8: 323–5.
3. Каманин Е.И., Егорова О.А. Острый средний отит у детей: клиническое значение и антибактериальная терапия. *Клиническая антимикробная химиотерапия* 2006; 2, №2: 57–62.
4. Беликов А.С. Фармакоэпидемиология антибактериальной терапии острых отоларингологических инфекций. Автореф. ... дис. канд. мед. наук. – Смоленск, 2001.
5. Крюков А.И., Туровский А.В. Острый средний отит, основные принципы лечения в современных условиях - *Consilium medicum* - 2002 - том 2 №5 - с.11-17
6. Ситников В.П., Рязанцев С.В., Халимбеков Б.Х. Ушные капли ципромед в лечении острых и хронических отитов - *Российская оториноларингология* - 2003 - № 1 - с.244-246

Салойдинов А.Ш.

студент 4курс

медико-педагогический факультет

Жумаева Н.Б.

студент 3 курса

педиатрический факультет

Ташкентский Педиатрический Медицинский Институт

Россия, г. Ташкент

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ПАТОЛОГИЙ КОСТНОЙ ТКАНИ ПРИ САХАРНОМ ДИАБЕТЕ

Аннотация: Заболевания поджелудочной железы часто встречающиеся заболевания ,при этом сахарный диабет занимает особое место среди всех заболеваний поджелудочной железы и поэтому в нашей работе отмечены влияния сахарного диабета на костную систему.

Ключевые слова : сахарный диабет, позвоночник ,поджелудочная железа .

The Abstract : Disease of the pancreas often meeting , herewith sugar diabetes occupies the special place amongst all diseases of the pancreas and so in our work noted influence sugar diabetes in bone system.

Keywords :sugar diabetes, spine, pancreas

Сахарный диабет (СД) является одной из важнейших медико-социальных проблем здравоохранения, который приводит к инвалидизации и к большому социальному урону.

Длительный процессы при СД приводят к дисбалансу метаболизма в сердечно-сосудистой системе организма и ,что в дальнейшем приводит к развитию изменений практически всех органов и тканей, в том числе и костной системы.

Патологические изменения костной ткани при СД, по данным различных авторов, встречаются в среднем у половины больных, что предопределяет их уязвимость для формирования межпозвонковых грыж диска. Многочисленные исследования доказали, что потеря костной массы наблюдается чаще и более выражена при СД типа 1, чем при СД типа 2 .

Многочисленные метаболические изменения,по данным литературы характеризующие СД, приводят к нарушению процессов костного ремоделирования. Инсулин, как известно, принимает непосредственное участие в процессах костеобразования: стимулирует биосинтез белка, обладает анаболическим эффектом на метаболизм костной ткани и прямым стимулирующим влиянием на синтез коллагена и гиалуроната [1,3].

Усиливая всасывание аминокислот и кальция в кишечнике, инсулин способствует увеличению захвата, транспорта аминокислот, их включению в костную ткань и синтезу костного матрикса. Обладая стимулирующим влиянием на остеобластогенез (вызывает пролиферацию и репликацию остеобластов), инсулин повышает количество остеобластов; он необходим для поддержания и обеспечения процессов дифференцировки остеобластов и их способности отвечать на другие гормональные влияния [2]. Кроме того, инсулин влияет на продукцию инсулиноподобного фактора роста 1 типа (ИПРФ-1), который также участвует в образовании костной ткани.

Дефицит инсулина, проявляющийся плохим метаболическим контролем, создает условия для формирования остеопении и остеопороза. Чаще всего больные СД с костными нарушениями – это пациенты с неудовлетворительным гликемическим контролем. На взаимосвязь степени компенсации метаболическаих праоцессов и выраженности процессов деминерализации костной указывают многие авторы .

В условиях недостатка инсулина снижается активность остеобластов, напротив, активность остеокластов увеличивается, и костная резорбция усиливается.

Среди предполагаемых механизмов ускоренного развития остеопороза при СД большое значение придают диабетическим микроангиопатиям, ухудшающим кровоснабжение костей [1,4].

В условиях недостаточности инсулина страдает функция остеобластов, которые имеют рецепторы инсулина: снижается выработка коллагена и

щелочной фосфатазы, необходимых для образования костного матрикса и его минерализации. Кроме того, снижение концентрации ИПРФ-1, часто обнаруживаемое при СД, ведет к снижению числа остеобластов и их активности [2].

Обсуждается и такой важный механизм, как недостаток активных метаболитов витамина D: дефицит инсулина приводит к нарушению метаболизма, биологической активности и рецепции витамина D [3].

Это ведет к снижению всасывания кальция в кишечнике, усилению секреции и активности ПТГ, а, в конечном итоге, создает отрицательный баланс кальция в организме, усиливая резорбцию костной ткани.

Со временем патологический процесс может переходить на другие отделы ПДС, возникает четвёртая стадия, характеризующаяся спондилоартрозом, склерозом замыкательных пластин, образованием остеофитов, анкилозированием позвоночника.

Механизм образования грыжи межпозвонкового диска описан во многих источниках и представляет собой сложный многофакторный процесс. При дегенеративном поражении диска пульпозное ядро теряет эластичность, фрагментируется. В фиброзном кольце образуется множество микротрещин. Пульпозное ядро перемещается к периферии диска, прогибая и растягивая волокна фиброзного кольца. Последние разволокняются, истончаются, и происходит их разрыв. Выпавшее пульпозное ядро или его фрагмент, выходя за пределы диска, располагается под задней продольной связкой и может отслоить её, распространяясь краниально или каудально или вызвать её разрыв. Грыжа сдавливает содержимое позвоночного канала (сосуды, оболочки, спинномозговые ганглии, корешки спинномозговых нервов), что определяет соответствующие клинические проявления [1,4].

Грыжевое выпячивание в первую очередь воздействует на образования латеральной части позвоночного канала и в области межпозвонкового отверстия в связи с наличием «слабых» участков полуокружности фиброзного кольца в заднелатеральной части межпозвонкового диска и латеральной части задней продольной связки .

Использованные источники:

1. Мендель, О.И. Дегенеративные заболевания позвоночника, их осложнения и лечение / О.И. Мендель, А.С. Никифоров // Рус. мед. журн. – 2006. – Т. 14, № 4. – С. 34–39.
2. Мкртчян, М.А. Диагностическая значимость симптомов натяжения спинно-мозговых корешков при пояснично-крестцовых радикулопатиях (клинико-нейровизуализационное сопоставление): дис. ... канд. мед. наук : 14.00.13 / Мкртчян Михаил Арменакович. – СПб., 2008. – 127 с.
3. Назаренко, Г.И. Вертеброгенная боль в пояснице. Технология диагностики и лечения / Г.И. Назаренко, И.Б. Героева, А.М. Черкашев, А.А. Рухманов. – М. : Медицина, 2008. – 456 с.
4. Никифоров, А.С. Дегенеративные заболевания позвоночника, их

осложнения и лечение / А.С. Никифоров, О.И. Мендель // Рус. мед. журн. – 2006. – Т. 14, № 4. – С. 1–7.

ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕДАГОГИКА

*Безновская В.В.
доцент
кафедра экономических теорий
Коваленко Н.В., к.э.н.*

доцент
кафедра экономических теорий
ФГБОУ ВО «Московский автомобильно-дорожный
государственный технический университет (МАДИ)»
Россия, г. Москва

РОЛЬ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

В статье ставится проблема активизации научно-исследовательской деятельности студентов путем использования интерактивных образовательных технологий.

Ключевые слова: высшее образование, образовательные технологии; модели исследовательской деятельности; преподаватель; студент; компетенция; кейс-метод.

THE ROLE OF RESEARCH ACTIVITIES OF STUDENTS IN THE EDUCATIONAL PROCESS

The article raises the problem of intensification of research activity of students through the use of interactive educational technologies.

Key words: higher education; educational technologies; model research activities; teacher; student; competence; case method.

Реалии российской экономики требуют от будущих специалистов в этой сфере деятельности не только знания основных экономических законов и практических навыков в использовании традиционных методов решения экономических задач, но и умения анализировать современные социально-экономические проблемы жизни российского общества, понимать тенденции развития отечественной и мировой экономики, обладать необходимыми для этого знаниями и умениями, включающими экономический и эконометрический анализ, моделирование экономического поведения, методы эмпирических социально-экономических исследований, навыками консультирования и принятия решений по конкретным экономическим вопросам, имеющим различные масштабы и значимость (на локальном, региональном уровнях и т.п.).

Для квалифицированного выполнения перечисленных задач необходимо:

- владеть всей совокупностью методов теоретического анализа экономических и социальных проблем;
- обладать умением обоснованно выбирать инструментарий, соответствующий уровню, значению и специфическим особенностям решаемых задач;
- обладать навыками осуществления диагностики и мониторинга хозяйственной деятельности субъектов различных форм собственности;
- уметь прогнозировать социально-экономические последствия

экономических проектов и мероприятий при их планировании на различных структурных уровнях;

– проводить экспертизу последствий этих мероприятий в случае их реализации;

– обладать способностью оценивать проблемные и конфликтные ситуации в сфере хозяйственных интересов и принимать меры по их локализации и устранению.

Основной багаж знаний по избранной специальности студент получает на лекциях по профилирующим дисциплинам, семинарах, на которых производится углубленный разбор наиболее актуальных вопросов, и практических занятиях, посвященных решению различных задач экономического содержания. Лекции и семинарские занятия служат тем каркасом, на котором базируются фундаментальные знания студентов, однако этого недостаточно для компетентного и квалифицированного решения тех практических задач, которые возникают перед выпускником вуза в его профессиональной деятельности. Этот пробел призваны заполнить практические занятия, на которых рассматриваются различные конкретные экономические ситуации и методы их разрешения [4; 5].

В качестве инструмента для привития необходимых умений и навыков преподаватели экономических дисциплин предлагают использовать в процессе обучения разнообразные методики (деловые игры, ролевые игры и т.п.) [8]. В настоящее время за рубежом приобрел широкое распространение неигровой имитационный метод техники обучения – *case study*, или кейс-метод, использующий изучение реальных ситуаций (ситуационный анализ) в экономике, социальной сфере и бизнесе. Как правило, различают три основных вида кейсов – *иллюстрационный*, демонстрирующий возможные реальные ситуации, *аналитический*, рассматривающий причинно-следственные связи в таких ситуациях, и *научно-исследовательский*, посвященный принятию решений, связанных с конкретными ситуациями [2]. Для формирования студента, как специалиста в социально экономической сфере, и подготовки его к исследовательской работе безусловно главную роль играет третий вид кейсов.

Использование этого метода направлено на приобретение студентом таких профессиональных компетенций, как коммуникабельность, умение не только анализировать в короткие сроки большой объем информации, но и принимать в конкретных ситуациях обоснованные решения. Известно, что в развитии исследовательских умений студентов можно выделить три модели, характеристика которых приведена в таблице 1.

Таблица 1.

Модели исследовательской деятельности обучающихся

Тип модели	Прогрессивная	Среднего поведения	Регрессивная
Направление	Созидание, наращивание	Стихийное развитие под влиянием	Использование имеющегося опыта

	потенциала	внешних факторов	без творческого напряжения
Психологическое состояние	Неудовлетворенность достигнутым, стремление к поиску	Приспособленческие реакции с элементами неудовлетворенности	Самодовольство, успокоенность, отказ от творческого роста.

Для развития общего интеллектуального потенциала студента применим кейс-метод, способствующий созданию у него психологического состояния, соответствующего прогрессивной модели его исследовательской деятельности.

Кейс-метод, как форма самостоятельной работы студентов, играет положительную роль в активизации их познавательной и научно-исследовательской деятельности. Однако, как показал опыт преподавания, эффективность его в формировании у студентов интереса к исследовательской деятельности сравнительно невелика, а для развития исследовательских и научных способностей у студентов наиболее эффективной формой самостоятельной работы является именно *научно-исследовательская работа студентов* [3; 9].

В отличие от стандартных экономических ситуаций, которые содержатся в кейсах, при научно-исследовательской работе студент сталкивается с решением реальных экономических проблем, имеющих практическую реализацию. Научно-исследовательская работа студентов является важнейшим средством повышения уровня подготовки специалистов. В процессе обучения студенты знакомятся не только с учебным материалом, занимаются не только по учебным планам, но участие в научно-исследовательской работе расширяет основы их профессионально-творческой и познавательной деятельности, в результате которых формируются навыки индивидуального выполнения научных исследований в составе коллектива и развитие способностей к научному творчеству и самостоятельности.

Задачами научно-исследовательской работы являются увеличение массовости и эффективности участия студентов в исследовательской деятельности, а также определение потенциала наиболее подготовленных студентов, имеющих выраженную мотивацию к такой деятельности. Каждый студент имеет возможность выполнять различные виды научно-исследовательских работ, участвовать в научных конференциях, представлять тезисы докладов и статьи по результатам исследований для публикации, как это предусмотрено Федеральным законом № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [1].

В МАДИ научно-исследовательская работа студентов является неотъемлемой частью подготовки квалифицированных специалистов и выполняется под руководством ведущих профессоров, доцентов и наиболее компетентных преподавателей [6; 7].

На кафедре экономических теорий МАДИ проводятся студенческие конференции по экономической теории («Механизмы экономических преобразований в России»), по мировой экономике и по истории экономической мысли, проводятся конкурсы рефератов по микроэкономике и экономической теории. Занявшие призовые места студенты принимают участие в научно-методических и научно-исследовательских конференциях МАДИ по кафедре экономических теорий.

Существуют проблемы, связанные с руководством научно-исследовательской работой студентов. К ним можно отнести вопросы готовности руководителя к реализации замысла исследования, наличия у него достаточного времени и физических возможностей. Иногда заявленные темы не актуальны, отсутствует современный статистический материал и системный анализ исследуемой экономической ситуации. На конференциях негативное впечатление производят студенты, которые слабо владеют данными, полученными в результате исследования, не могут свободно доложить представленный материал, недостаточно иллюстрируют его с помощью презентации. Проблемой является также количество студентов, желающих участвовать в исследовательской работе, и способных самостоятельно оформить доклад и презентацию.

Так, в декабре 2015 года на кафедре экономических теорий МАДИ была проведена научная конференция по микроэкономике. Из трех групп направления подготовки бакалавров первого курса первоначально изъявили желание принять участие в этой конференции 20 студентов, а фактически подготовили доклады и презентации только 7 студентов. Остальные прекратили исследования на этапе сбора и анализа статистической информации. Необходимо обратить более пристальное внимание руководителей на качество подготовки исследований студентов [10].

Сказанное свидетельствует о том, что проблемы взаимодействия студента и руководителя научно-исследовательской работы существуют.

При использовании интерактивных форм обучения роль преподавателя повышается, он не только регулирует процесс обучения и использует учебные задачи, но и готовит необходимые для активизации познавательной и исследовательской деятельности задания, что обеспечивает оптимальную адаптацию студентов к практической деятельности, применяя в профессиональной сфере полученные навыки и умения при всем многообразии различных экономических ситуаций.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 02.03.2016) «Об образовании в Российской Федерации».
2. Безновская В.В., Кирова И.В., Прусова В.И. Использование кейс-метода в обучении экономическим дисциплинам // Инновации и качество лицейского образования: идеи, опыт, практика. 2008. №1 (4). С.
3. Безновская В.В. Творческий подход к преподаванию экономических

дисциплин в техническом вузе. Материалы конференции. Международная научно-практическая конференция «Ценности и интересы современного общества». Часть 1 // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики – М., 2013. С. 107-111.

4. Безновская В.В., Прусова В.И. Новый формат знаний студентов МАДИ: конструктивизм в образовательном процессе // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 4–2. С. 70-73.

5. Безновская В.В., Прусова В.И. Выбор образовательных технологий: традиционная модель или инновационный подход? // Вестник МАДИ. 2014. № 4 (39). С. 3-7.

6. Кирова И.В., Костюк И.В., Попова Т.Л. Роль и место преподавателя высшей школы в процессе воспитания личности // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. 2015. № 3 (5). С. 11.

7. Кирова И.В., Попова Т.Л. Преподаватель вуза: требования и оценка деятельности // Инженерная педагогика: сборник. М.: МАДИ, 2015. С. 126–141.

8. Кирова И.В., Попова Т.Л., Султыгова А.А. Использование деловой игры в процессе формирования профессиональных компетенций и интеллектуальной культуры современного студента // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 1–2. С. 91-95.

9. Кудряшов Б.А., Прусова В.И., Безновская В.В. Портфолио студента – инновационный оценочный инструмент // Вестник МАДИ. 2015. № 2 (41). С. 10-14.

10. Кудряшов Б.А., Прусова В.И., Безновская В.В. Роль преподавателя в процессе формирования компетентности студентов технического вуза // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 1–4. С. 32-35.

Ильина Н.В.
заместитель директора по УВР
КСУВУ «Убеевская СОШЗТ»
Минобразования Чувашии
Яковлева Т.В.
педагог-психолог
КСУВУ «Убеевская СОШЗТ»

АНАЛИЗ ПРОЕКТА ПО ФАКТАМ САМОВОЛЬНЫХ УХОДОВ ВОСПИТАННИКОВ ИЗ ШКОЛЫ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Особую остроту в настоящее время приобрела проблема детей асоциального отклоняющегося поведения, именно эти группы заметно увеличивают молодежную и подростковую преступность.

Казенное специальное учебно-воспитательное учреждение «Убеевская специальная общеобразовательная школа» Министерства образования и молодежной политики Чувашской Республики открыта в 2002 году в Красноармейском районе. Деятельность школы направлена на следующие виды: образовательная, воспитательная, социально-психологическое сопровождение, создание школьной здоровьесберегающей среды, правовое регулирование.

В спецшколу поступают подростки из Чувашии от 11 до 18 лет направляемые по решению судебных органов совершивших различного рода правонарушения с максимальным сроком реабилитации 3 года.

Многие из воспитанников до поступления в спецшколу имели склонности к бродяжничеству и попрошайничеству, употреблению спиртных напитков и других психоактивных веществ. Подростки часто воспринимают попытку воспитателей повысить уровень их успеваемости как унижение собственного достоинства; необходимость принимать таблетки – как бесчеловечные опыты; требование поработать на субботнике – как издевательство. В их жизни нет ярких событий, присутствует эмоциональная неуравновешенность, немотивированная агрессия.

За десятилетнюю историю нашей школы совершено более четырех десятков случаев самовольных уходов воспитанниками из территории школы. Много это или мало? Самые «урожайные» месяцы на побег из школы это сентябрь, октябрь и август.

Проблема самовольных уходов стала для нас актуальной, так как воспитанники находятся в некой изоляции от родных, от друзей и у них появляется потребность к свободе. Ведь жизнь на улице зачастую выглядит для ребят очень привлекательной в силу гораздо большей свободы, чем та, которой они располагают, находясь в спецшколе.

Среди воспитанников с целью изучения потребностей, интересов проведено анкетирование «Школа и я», которое показало, что подростки испытывают потребность в общении, в эмоциональном разнообразии, в позитивном настрое. Воспитанники выразили свое мнение о режиме школы, о часах дополнительного образования, об использовании свободного времени.

Анкетирование «Проблема школы» проведенная среди педагогов направленная на изучение самовольных уходов и путей их решения показало, что педагоги считают основными причинами самовольных уходов:

- безнаказанность воспитанников после совершения побегов.

- прежний образ жизни воспитанника,
- конфликты среди педагогов и воспитанников,
- использование единых педагогических требований.

Педагогами предложены такие пути решения:

- разработка системы поощрения и наказания;
- обеспечение необходимыми материалами для мастерских и педагогов дополнительного образования;
- увеличение срока пребывания воспитанника в школе за каждый самовольных уход;

Социально-психологической службой разработан и реализован проект «Свежий ветер». Целью проекта стала снижение фактов самовольных уходов из территории школы. Всем общеизвестно, что случаи самовольных уходов из территории школы болезненно отражаются на истории развития школы. В ходе реализации проекта нами решались следующие задачи:

- изучение теоретических аспектов решаемых вопросов;
- диагностика личности воспитанника и их взаимоотношений в семье;
- коррекция и формирование позитивного восприятия себя и окружающего мира.

Данный проект реализовывался по следующим направлениям:

- работа с родителями направленное на изучение межличностных взаимоотношений в семье;
- социализация личности воспитанников направленная на формирование адекватных форм поведения, правовой культуры, гармонизация межличностных взаимоотношений с педагогами, трудовое воспитание;
- спортивно-массовые мероприятия направленные на повышение уровня спортивной подготовки, стабилизацию эмоционального состояния;
- нравственное-эстетическое воспитание, направленное на расширение кругозора воспитанников;

С родителями воспитанников было проведено анкетирование «Родительское отношение». Анкетирование включало в себя 5 шкал:

1. Принятие-отвержение ребенка (шкала выражает эмоционально положительное или отрицательное отношение к ребенку). По этой школе преобладает средний уровень 100%, такие родители положительно относятся к ребенку, частично одобряют его интересы и потребности.

2. Кооперация (шкала выражает стремление взрослых к сотрудничеству с ребенком, проявление с их стороны искренней заинтересованности и участия в его делах). 70% испытуемых проявляют интерес к ребенку, стараются быть с ним на равных. 30% высоко оценивают способности своего ребенка, поощряют самостоятельность и инициативу.

3. Симбиоз (выявляет стремление взрослых к единению с ребенком). 70% респондентов не устанавливают психологическую дистанцию между собой и ребенком, стараются всегда быть ближе к сыну, удовлетворять его

основные разумные потребности и ограждать от неприятностей. 30% родителей интересуются жизнью сына, но не в значительной степени.

4. Контроль (характеризует демократичность или авторитарность в отношениях с ребенком). 60% испытуемых стараются навязывать свое мнение и решение.

30% родителей ведут слишком авторитарно по отношению к ребенку, требуя от него безоговорочного послушания и задавая ему строгие дисциплинарные рамки. 10% родителей контроль за действиями ребенка практически отсутствует.

5. Отношение к неудачам ребенка (как взрослые относятся к способностям ребенка к его достоинствам и недостаткам, успехам и неудачам). 50% респондентов считают, что интересы, мысли и чувства ребенка несерьезные и могут игнорировать их.

40% свидетельствуют о том, что неудачи ребенка родители считают случайными и верят им. 10% родителей считают своего сына неудачником и относятся к нему как несмышленому существу.

В ходе реализации проекта проводились различные мероприятия: тренинги, информационные часы, акции, беседы, виртуальные путешествия, походы, сбор лекарственных растений, соревнования.

С целью понимания своих прав и обязанностей проведен классный час «Права, обязанности и ответственность воспитанника школы». В ходе мероприятия с воспитанниками рассмотрены такие нормативные документы как: Правила внутреннего распорядка воспитанников школы, Устав школы, Типовое положение о специальном учебно-воспитательном учреждении для детей и подростков с девиантным поведением (утвержденный Постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1995г.), Федеральный закон №120 от 24.06.1999г. «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних».

Проведение походов стало ключевым в ходе реализации проекта. Во время походов воспитанники ловили рыбу, учились разжигать костер, готовить на костре. Походы нам позволили сплотить подростков, научить их принимать решения и отвечать за свои поступки.

С целью организации досуга и приобщения воспитанников к труду были собраны и закуплены семена овощных и пряных культур. С целью формирования навыков трудовой деятельности, экологического самосознания подростки разбивали мини огороды, высаживали различные овощи, собирали лекарственные травы, такие как листья мать-и-мачехи, цветки липы, листья земляники, цветы тысячелистника, листья подорожника, листья березы, чистотела. Вырученные деньги были потрачены на организацию очередного похода.

Для снятия стрессов, стимулирования саморефлексии проведено цветомедитация. С целью гармонизации взаимоотношений с педагогами, родителями, развитие учебно-познавательной мотивации, формирование

коммуникативных навыков проведены тренинги.

Для повышения уровня спортивной подготовки, создание атмосферы единства, раскрытия личностных качеств были приглашены специалисты для проведения мастер – классов по вольной борьбе, настольному теннису. В течение лета подростки участвуя в соревнованиях по мини-футболу имели возможность раскрывать свои личностные качества знакомится, и общаться со сверстниками вне стен школы.

Воспитанники с охотой посещали местную церковь, где с ними отец Никодим проводил беседы с целью переосмысления своего поведения и безоценочного отношения к друг-другу. Необходимо отметить, что воспитанники не остались равнодушными к просьбе о помощи отца Никодима в благоустройстве церкви.

В ходе реализации проекта воспитанники преодолели собственную эмоциональную неуравновешенность, научились справляться с приступами немотивированной агрессии, выработали взаимопонимание и взаимоуважение прав и потребностей друг-друга, укрепились взаимоотношения с педагогами, с родителями и лицами их замещающих, расширили свое мировоззрение и кругозор.

Реализация проекта послужило ориентиром для дальнейшей активизации работы по формированию у педагогического персонала коммуникативных навыков, снижения эмоционального выгорания и сплоченности.

Необходимо постоянно помнить, что в интересной, наполненной трудом, спортом, активным досугом организации жизни в школе нет времени и желания мечтать о самовольных уходах и совершать их. Таким образом, можно сказать, что необходимость проекта подтверждается положительным результатом проведенных мероприятий, где каждый воспитанник получает шанс компенсировать негативные последствия жизненного опыта и реализовать свое истинное предназначение.

Использованные источники:

1. Батаршев А.В. Психология индивидуальных различий: от темперамента – к характеру и типологии личности. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2000.- 256с.
2. Дети социального риска и их воспитание. Учебно-методическое пособи / Под науч. Ред. Л.М. Шипициной. - СПб.: Издательство «Речь», 2003.
3. Киселевская А.Г. Профилактика самовольных уходов воспитанников из детского дома //Социальная педагогика. – 2010. - №4.- с.41-46.
4. Рудакова И.А. Девиантное поведение / И.А.Рудакова, О.С. Ситникова, Н.Ю Фальчевская.- Ростов-на-Дону: «Феникс», 2005.
5. Степанов В.Г. Психология трудных школьников: Учеб. пособие для студ. высш. пед. Учеб. заведений. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2001.
6. Шнейдер Л.Б. Девиантное поведение детей и подростков. М.: Трикта,

2005.

*Кожина Л.Ф., к.хим.н.
доцент
кафедра общей и неорганической химии
Косырева И.В., к.хим.н.
доцент
кафедра аналитической химии и химической экологии
Акмаева Т.А., к.хим.н.
доцент
кафедра общей и неорганической химии
ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»
Россия, г. Саратов*

КУРАТОРСТВО – НЕОТЪЕМЛИМАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНСТИТУТА ХИМИИ СГУ

Аннотация: в статье рассмотрены основные функции и роль куратора при работе со студентами -первокурсниками в Институте химии СГУ.

Ключевые слова воспитательная работа, куратор, тьютор, социальная адаптация

Abstract: The article describes the main functions and role of the curator when working with the students at the Institute of Chemistry of SSU.

Keywords: educational work, curator, tutor, social adaptation

Кураторство - мало заметная, но кропотливая работа преподавателя, особенно со студентами-первокурсниками. Куратором студенческой группы обычно является преподаватель, работающий с группой по основной профилирующей химической дисциплине. Кураторство - незаменимая и эффективная система взаимодействия преподавателей и студентов. Именно в 1 семестре формируются основные качества и способности студента к самостоятельной работе.

Основные функции куратора:

- *организационная:* обеспечение участия студентов в мероприятиях Института химии; выявление активных студентов и привлечение их к участию в общеуниверситетской жизни; информационное обеспечение группы о мероприятиях проводимых университетом;

- *воспитательная:* формирование студенческого коллектива и ответственного отношения к процессу обучения и общественно-полезному труду, развитие чувства патриотизма;

- *методическая:* обучение студентов навыкам организационной деятельности, умению работать в коллективе; оказание помощи по организации самостоятельной работы студентов в ходе учебы и досуга студентов.

Знакомство куратора со студентами-первокурсниками происходит на

«Дне Знаний», который ежегодно проводится в Институте химии СГУ. На встрече-празднике присутствуют администрация, преподаватели кафедры общей и неорганической химии, которые первыми принимают и обучают студентов, члены студенческого совета, тьюторы.

Адаптировать первокурсников, как к учебному процессу, так и внеурочной социальной деятельности - дело весьма важное и довольно трудоемкое. Студенты должны быть проинформированы обо всех событиях университетского или институтского масштаба. Тьюторы помогают найти занятия, которые бы развивали у студентов коммуникативные способности, навыки планирования, организации и самоорганизации. Тьюторы помогают первокурсникам быстрее адаптироваться к университетской жизни. Тьютор является универсальным связующим звеном между деканатом, студсоветом и студентами. В СГУ проводится ежегодно «Школа тьютора» - совместный проект Управления организации воспитательной работы со студентами, Совета студентов и аспирантов при поддержке Клуба первокурсников, целью является помощь первокурсникам максимально адаптироваться к учебной жизни. Старшекурсники, которые представлены в роли наставников, - тьюторы - берут на себя частично обязанности куратора [1, 2].

Первокурсник часто не осознает главную цель своего обучения в Институте химии СГУ - необходимость приобретения глубоких и всесторонних знаний, как по различным общеобразовательным предметам, так и по специальным дисциплинам. Первокурсник должен приспособиться к новым условиям жизни: самостоятельной организации учебы, быта, свободного времени. Роль куратора заключается в создании условий, которые помогают студентам адаптироваться, т.е. найти себя и свое место в новом студенческом коллективе и социальной жизни.

По сравнению с 2014/2015 учебным годом аудиторная нагрузка студентов уменьшилась на 5 часов в неделю, но при этом увеличилось число часов, выделенных учебным планом на самостоятельную работу. Следовательно, у студентов появилось значительно больше свободного времени и куратору совместно с преподавателями-предметниками необходимо найти и предложить им мероприятия, а также задания для самостоятельной работы, которая бы помогала в формировании коллектива группы, развитию мотивации и углублению знаний по предмету.

Одним из первых этапов деятельности куратора является изучение студентов группы (фамилия, имя и отчество; дата рождения, адрес места жительства родителей; адрес проживания студента в период обучения; перечень выполняемых общественных поручений; участие в научно-исследовательской и кружковой работе; материальное обеспечение, статус семьи, номер телефона студента, родителей, опекунов). Данные заносятся в журнал куратора, который передается другому преподавателю при переходе студента на последующие курсы. Куратор интересуется успеваемостью студентов и посещаемостью занятий; индивидуальным развитием каждого и

взаимодействием внутри групп.

Для изучения студентов группы проводится **опросник Реана** (выяснение мотивации успеха и боязни неудачи). Мотивация на успех относится к условно позитивной мотивации. При такой мотивации человек, начиная дело, имеет в виду достижение положительных результатов своей деятельности. В основе активности таких людей лежит надежда на успех и потребность в достижении успеха. Такие люди обычно уверены в себе, в своих силах, ответственны, инициативны и активны. Их отличает настойчивость в достижении цели, целеустремленность. Текст вопросов взят из «Информационно-методического сборника для куратора студенческой академической группы. Выпуск 7», Саратов, СГУ, 2010. При обработке результатов, установлено, что у студентов 1 курса диагностируется ярко выраженная мотивация на успех, что позволяет надеяться на хорошие результаты деятельности в период обучения.

Адаптация первокурсника в университете - первая и самая главная задача куратора. От того, как долго по времени происходит процесс адаптации, зависят текущие и предстоящие успехи студентов. Многие первокурсники на первых порах обучения испытывают большие трудности, связанные с отсутствием навыков самостоятельной учебной работы, они не умеют правильно конспектировать лекции, самостоятельно работать с учебниками, находить и добывать дополнительные знания из первоисточников, анализировать информацию большого объема, четко и ясно излагать свои мысли. У современных студентов имеется еще одна особенность. Значительная часть студентов является иногородними, и при этом они являются выпускниками районных и сельских средних учебных заведений. Это приводит к тому, что студенты одной группы сильно различаются между собой по уровню образования, воспитания, умения учиться и взаимодействия со сверстниками. Основная часть таких студентов проживает в общежитиях или на съемных квартирах. Кураторы ежемесячно посещают общежития, общаются с комендантами и со старостами этажа, что позволяет своевременно выявлять и решать возникающие трудности. Современные студенты в большей степени вынуждены материально обеспечивать себя, подрабатывая параллельно учебе, подвержены стрессам и неврозу, склонны к асоциальному поведению. Трудности в адаптации студента проявляются в том, что студент-первокурсник не принимает участия в дискуссии по обсуждению вопросов изучаемого материала. Отговаривается, что не любит работать у доски, стесняется присутствия сокурсников; затем начинает пропускать занятия; ссылается на непонимание изучаемого материала, в результате возникают значительные затруднения в экзаменационный период.

В начальный период обучения проводится работа по знакомству студентов с историей, традициями, особенностями Университета, с требованиями к студентам; по пояснению Устава университета, прав и

обязанностей студентов, с правилами внутреннего распорядка университета; условиями рейтинговой оценки деятельности студентов (система БАРС введена в СГУ в 2013-2014 учебном году для студентов 1 курса всех факультетов); знакомства с учебными корпусами и аудиториями, в которых в соответствии с расписанием проводятся занятия с группой. Организуются совместные встречи с управлениями социальной работы, воспитательной работы, студенческим клубом, профсоюзной организацией, региональным центром по трудоустройству выпускников, центром инклюзивного сопровождения и социальной адаптации студентов.

Это помогает студентам освоиться в стенах ВУЗа, который составляет славу и оплот российского образования. Саратовскому государственному университету пошел второй век. Более чем 100 лет наш университет, как учебное заведение, образовывает город, губернию, страну. Саратовский государственный университет один из десяти императорских университетов, основанных в дореволюционной России! Вне всякого сомнения: СГУ нет равных среди ВУЗов города. Знакомство с историей создания университета, работы в годы Великой Отечественной войны, развитие и достижения Университета в настоящее время служит воспитанию чувства уважения, гордости и любви к лучшему ВУЗу региона.

Студентам оказывается помощь в вопросах, связанных с учебным расписанием, с целью отсутствия «окон» между занятиями и компактности учебного времени. Проводится индивидуальная работа со студентами, у которых возникают проблемы с адаптацией в университете, встречи и беседы с родителями при личной встрече (если имеется такая возможность для иногородних) или по телефону. Наиболее сложным моментом работы является общение со студентами, у которых присутствует низкая мотивация к обучению. Студенты с низким уровнем базовых знаний, но имеющие высокий уровень мотивации обучения, достаточно легко идут на контакт с преподавателем и быстро включаются в образовательный процесс.

Воспитательный процесс студентов проводится с учетом возрастных и индивидуальных особенностей, основное внимание уделяется на развитие самовоспитания, самообразования и самообучения. В отношениях куратора и студентов наиболее эффективной является модель активного взаимодействия «Союз», при этом возникающие педагогические и этические проблемы творчески решаются совместными усилиями. Преподаватель-куратор уделяет много времени (гораздо больше числа часов, выделенных учебным планом на кураторскую работу – 17 часов в семестре) на общение со студентами и решению их проблем.

Следует отметить, что работа куратора в ВУЗе значительно отличается от работы куратора в среднем учебном заведении (школе). В школе направляющая и руководящая роль принадлежит куратору, школьники находятся в категории «дети» и вопросы самовоспитания, самообразования и самообучения затрагиваются в незначительной степени. Школьники знают,

что даже за плохую успеваемость они не будут отчислены и получают аттестат об окончании школы. Имеются лишь единичные случаи, когда школьники не получают аттестат об окончании школы, в связи с этим в 1 семестре у студентов-первокурсников возникает ощущение о легкости обучения в ВУЗе, они пропускают занятия без уважительных причин. Формируется уверенность возможности все наверстать и освоить перед сессией, возникает беспечное отношение к учебе. Этому способствует снижение систематического контроля со стороны родителей. Студенты чувствуют себя «взрослыми», но отсутствие самоконтроля и умения самостоятельного образа жизни приводит к различным проблемам.

Регулярно проходят встречи с преподавателями - предметниками (особенно по дисциплине «Математика», изучение которой вызывает наибольшие проблемы) и обсуждение результатов обучения. Уже в середине 1 семестра появляются первые трудности. Наиболее проблемными являются 2 предмета – химия и математика. Критическим для студентов первого курса является экзаменационный период. Это один из вариантов стрессовой ситуации, протекающий в большинстве случаев в условиях дефицита времени и характеризующейся большой ответственностью с элементами неопределённости.

Расплата за беспечное отношение к процессу обучения наступает в виде сессии. И тогда, не сдав все экзамены, не получив зачетов, студент, не обладающий высокой работоспособностью, самоорганизацией и высокой мотивацией просто теряет веру в себя и интерес к учебе. И в такой ситуации поддержка со стороны куратора и других преподавателей особенно необходима для студента. Организуются индивидуальные консультации, дополнительные занятия.

Успешная самостоятельная работа студентов возможна лишь при наличии различных учебников и учебно-методических пособий, предназначенных для подготовки бакалавров. С этой целью для студентов-первокурсников преподавателями кафедр созданы учебно-методические пособия по различным темам дисциплины, доступ к которым имеется в любое время, т.к. они представлены в электронной библиотеке СГУ.

Все преподаватели (не только кураторы), работающие с группой, вносят значительный вклад в воспитание студентов через изучаемую дисциплину и частично выполняют функции куратора. Процесс обучения и воспитания взаимосвязаны.

Использованные источники:

1. Александрова Е.А., Богачева Е.А. Обеспечение куратором оптимизации качества жизни студентов вузов // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2013. Т. 2, вып. 4. С. 341-431.,стр. 397.
http://akmepsy.sgu.ru/sites/akmepsy.sgu.ru/files/11._aleksandrova.pdf

2. Александрова Е.А., Андреева Е.А. Теория и практика тьюторской деятельности в России // Изв. Саратов. ун-та. 2012. Т. 2. Сер. Акмеология образования. Психология развития, вып. 2. http://akmepsy.sgu.ru/sites/akmepsy.sgu.ru/files/17_aleksandrova.pdf

*Мудрая М.В., к.э.н.
доцент
кафедра экономики и менеджмента
ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Россия, г. Волгоград*

О РАЗРАБОТКЕ ЗАДАЧ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА»

Ключевые слова: мировая экономика, кейсы, алгоритм решения экономических задач, статистические данные.

Автором разработаны кейсы и алгоритмы решения задач по дисциплине «Мировая экономика».

Keywords: global economy, case studies, algorithm for solving economic tasks, statistics.

The author developed the case studies and algorithms of solution of tasks on discipline "World economy".

В рыночной экономике в РФ необходима подготовка предпринимательских кадров, обладающих экономическими знаниями и экономическим мышлением, способных быстро адаптироваться к изменяющимся условиям хозяйствования. Нами уточнено понятие «кадры для предпринимательства». В широком смысле слова кадры для предпринимательства – это кадры предпринимателей в различных сферах деятельности и работники, обслуживающие и контролирующие предпринимательскую деятельность. К работникам, обслуживающим предпринимательскую деятельность, мы относим менеджеров, бухгалтеров, маркетологов, биржевых и банковских служащих, провайдеров, мерчендайзеров, логистиков, торговых и рекламных агентов, экономистов и других, а к контролирующим предпринимательскую деятельность – аудиторов, финансовых и налоговых инспекторов, таможенников и др. Таким образом, необходима подготовка весьма разнообразных и многочисленных кадров для предпринимательства в России. [3, с.124]

На наш взгляд, целесообразна подготовка не только узкопрофильных кадров, но и широкопрофильных, соединяющих инженерное, экономическое, юридическое образование и преподавание на иностранных языках, чтобы выпускники могли найти место на рынке труда. [2]. Мы считаем, что в условиях глобализации могли бы быть востребованы специалисты по профилю «менеджмент- иностранный язык», «экономика –

туризм –иностранный язык».В педагогическом образовании необходимо готовить универсальных педагогов по профилю «экономика-математика-информатика», «экономика –иностранный язык», «экономика –география -иностранный язык».

В рамках курса на оптимизацию расходов госбюджета, на наш взгляд, могут проявиться в перспективе два направления укрупнения образовательных организаций:1.объединение федеральных вузов в региональные опорные вузы;2.объединение в рамках профессиональных образовательных центров вузов и средних профессиональных учебных организаций на основе он-лайн и оф-лайн обучения, дистанционного обучения. Это позволит соединить высшее и среднее профессиональное образование в одних помещениях, сократить расходы на содержание помещений, а государство получит доходы в бюджет от их приватизации и продажи коммерческим структурам, оптимизировать управленческий аппарат и преподавательские кадры, учебную нагрузку преподавателей.

С развитием информационных технологий, на наш взгляд, в перспективе возможно введение электронных трудовых книжек. Предполагается с 2018года заменить подпись работника в документах в трудовых отношениях цифровой. Банки хотят дактилоскопировать клиентов.

В социальной политике, на наш взгляд, наблюдаются метания от одной концепции к другой, между накопительной и распределительной системами пенсионного обеспечения, краткосрочность и противоречивость их реализации. При переходе к новой пенсионной системе с 2015г. государство стимулирует работников как можно дольше работать, точнее, как можно дольше отсрочить получение пенсии, перекладывая обеспечение работников на бизнес, выстраивая сложные модели расчета пенсий с помощью коэффициентов и баллов. Однако в условиях финансового кризиса при оптимизации расходов бюджета предприятия в первую очередь увольняют пенсионеров и занятых неполный рабочий день[1].В условиях дефицита Пенсионного фонда правительство предполагает решить эту проблему законодательным увеличением пенсионного возраста вместо самостоятельного определения работающими возраста выхода на пенсию, от скрытого увеличения пенсионного возраста экономическим путем стимулирования отсроченной выплаты увеличенного размера пенсии перейти административным путем к реальному законодательно закреплённому увеличению пенсионного возраста. Обсуждаются разные варианты увеличения пенсионного возраста: с учетом или без учета гендерного подхода, разный или одинаковый возраст выхода на пенсию мужчин и женщин .Как это отразится на пенсии нынешних пенсионеров, вышедших на пенсию с 55 лет женщин и с 60 лет мужчин, которые еще не достигли увеличенного возраста выхода на пенсию и придется ли им дорабатывать до новой возрастной границы, как изменится продолжительность минимального стажа работы для начисления трудовой

пенсии? Таким образом, государство стремится сократить расходы на пенсионную систему, уменьшая период выплаты и период дожития на пенсии, сокращая свои социальные обязательства, вынуждая население дольше работать, увеличится число плательщиков НДФЛ, земельного и налога на имущество и сократится число получателей льгот и выплат по этим налогам.

Минпромторг предлагает раздать 15-16 млн.чел. малообеспеченных электронные продуктовые карточки –сертификаты для покупки продуктов безналичным платежом. На наш взгляд, возникают вопросы:1.будет ли это потребительским кредитом, овердрафтом или субсидией?;2.кто будет их эмитентом и каковы будут затраты на их эмиссию?;3.кто,как и кому их будет раздавать, кто и по каким критериям будет определять малообеспеченные группы населения, какой будет контроль и учет их получателей? ;4.кем и как будут учитываться покупки по сертификатам, куда будет поступать информация?;5.кто будет поставлять и какого качества продукты и в какие магазины по льготным ценам в условиях роста цен, будет ли создаваться сеть специальных магазинов для такой торговли, как стимулировать поставщиков поставлять и продавцов торговать продукцией по низким ценам?;6.как будут защищены сертификаты от хакерских атак?;7.будут ли магазины и платежная система взимать плату за пользование этими сертификатами (эквайринг)?;8.будут ли сопрягаться эти сертификаты с другими видами карт платежных систем?

Может быть спекуляция и мошенничество с продуктовыми сертификатами и продуктами по льготным ценам,когда их будут получать не малообеспеченные,а распределители, ведающие этими сертификатами, будут раздавать их своим родным и знакомым,могут быть случаи подделки сертификатов мошенниками. Как будет контролироваться использование бюджетных средств на эту программу продовольственных сертификатов, т.к.создадутся сложные раздробленные финансовые потоки?

В подготовке экономических кадров в условиях глобализации важное значение приобретает дисциплина «Мировая экономика».В освоении этой дисциплины важное место занимает решение экономических задач, приучающее к анализу экономических процессов. Нами разработаны комплекс кейсов и алгоритмы решения задач по дисциплине «Мировая экономика»(рассмотрено и одобрено Ученым советом факультета экономики и управления ФГБОУ ВПО «Волгоградский социально-педагогический университет» протокол №7 от 14.03.2011г.)В разработке задач нами используются математические модели,индексный метод .Ряд задач нами составлен на основе статистических данных (задачи №5,6,11,12,14.19,22-24)[4]

Кейс 1. Международное научно-техническое сотрудничество

Задача 1: Годовая стоимость чистых продаж за вычетом косвенных налогов и сборов 250 тыс. дол., ставка ройялти 3% годовых. Определить

годовую сумму ройялти.

Задача 2: Годовая стоимость чистых продаж за вычетом косвенных налогов и сборов 500 тыс. дол., годовая сумма ройялти 25 тыс. дол. Определить ставку ройялти.

Задача 3: Годовая стоимость чистых продаж за вычетом косвенных налогов и сборов 250 тыс. дол., ставка ройялти 3% годовых, ставка дисконта 0,02%, срок действия лицензии 2 года. Определить паушальный платеж.

Задача 4: Годовая стоимость чистых продаж за вычетом косвенных налогов и сборов 250 тыс. дол., ставка ройялти 3% годовых, ставка дисконта 0,02%, срок действия лицензии 2 года. Определить комбинированные платежи по лицензии.

Кейс 2. Основы международной торговли

Задача 5: Экспорт РФ 74,2 млрд.дол., импорт 59,1 млрд.дол. На следующий год экспорт составил 72,9 млрд.дол., импорт 40,3 млрд.дол.

Определить внешнеторговый оборот и сальдо торгового баланса по годам.

Задача 6: Экспорт РФ 74,2 млрд.дол., импорт 59,1 млрд.дол. На следующий год экспорт составил 72,9 млрд.дол., импорт 40,3 млрд.дол. ВВП1 2696,4млрд. руб., ВВП2 4476 млрд. руб.. Индекс-дефлятор ВВП1 114,3%, индекс-дефлятор ВВП2 161%. Курс доллара на начало первого года 1 дол. =32,65 руб., на конец года 1 дол. = 56,23 руб., на следующий год курс на начало 1 дол. = 56,23руб., на конец года 1 дол. = 76,93 руб. Определить экспортную квоту производства, индекс товарности, реальный ВВП, реальный экспорт, реальный импорт, индекс курса по годам.

Кейс3.Тарифные и нетарифные ограничения

Задача 7: Таможенная пошлина в сентябре 70 дол. за 1 тонну нефти, в октябре она выросла на 18 дол. Ежемесячно провозится через границу 750 тонн нефти. Определить таможенную пошлину за 1 тонну нефти в октябре, сумму таможенной пошлины за сентябрь и за октябрь и её изменение. Какой это вид пошлины?

Задача 8: Таможенная стоимость одной штуки товара 150 дол., ставка таможенной пошлины 2,3% от таможенной стоимости, импортируется 300 шт. товара. Определить таможенную пошлину со штуки товара, стоимость штуки товара с учетом пошлины, общую сумму таможенной пошлины. Какой это вид пошлины и к какому методу протекционизма она относится?

Задача 9: Таможенная стоимость одной штуки товара 150 дол., таможенная пошлина 1 дол. со штуки товара, импортируется 300 шт. товара. Определить стоимость штуки товара с учетом пошлины, общую сумму таможенной пошлины. Какой это вид пошлины?

По данным задач 8 и 9 определить комбинированную пошлину со штуки товара, стоимость штуки товара с учетом пошлины и общую сумму таможенной пошлины.

Задача 10: на внутреннем рынке зависимость между величиной спроса

и ценой выражается формулой: $P=12-g$, между величиной предложения и ценой: $P=4+g$. На мировом рынке цена установилась 6 дол. Определить равновесную цену и равновесный объем на внутреннем рынке. Как изменится импорт, если правительство ввело пошлину на импорт в размере 1 дол. на единицу товара?

Задача 11: статьи экспорта (млн. дол.): сельхоз. сырьё 2732,6; энергоносители 58626,3; химическая продукция 7381; кожевенное сырьё 268,5; древесина 4908; металлы 19742,9; машины и оборудование 10063,1. Определить общую сумму экспорта, её структуру. Сгруппировать на сырьевые товары и машинно-технологические товары. Сделать экономические выводы.

Задача 12: Импортная квота на птицу в РФ 1,5 млн. тонн. Доля поставок США 74%, доля ЕС 18%. Определить импортную квоту для поставок США, ЕС и других стран. Какой это метод протекционизма?

Кейс 4. Валютный курс и платежный баланс. Валютные рынки

Задача 13: курс фунт-стерлинга упал с 1,43 дол. до 1,38 дол. за единицу. Сумма невыполненных контрактов по экспорту США в Великобритании 20 млн. ф. ст., а сумма невыполненных контрактов по импорту из Великобритании 15 млн. ф. ст. Определить процент девальвации и ревальвации, убытки и прибыль по внешнеторговым операциям экспортеров и импортеров.

Задача 14: Установились следующие курсы валют: 1 евро = 77,19 руб.; 1 канадский дол. = 52,54 руб.; 1 сингапурский дол. = 50,41 руб.; 100 японских йен = 61,46 руб. Определить обратную котировку рубля к японской йене, кросс-курсы евро к японской йене, и канадского дол. к сингапурскому дол.

Задача 15: Семейство из Германии решило поехать в США, отложив 40 тыс. евро. в надежде обменять их по курсу 1 евро = 0,93 дол. К моменту поездки курс стал 1 евро = 1,17 дол. Как изменятся сбережения при обмене их по этому курсу?

Задача 16: Арбитражер заключил следующие сделки: 1) Купил на бирже 1 тыс. дол. по текущему курсу «спот» 69,2 руб. за 1 дол. и заключил форвардный контракт на продажу через 3 месяца по курсу 77,2 руб. за 1 дол.; 2) Разместил 1 тыс. дол. на 3 месяца на валютном депозите по ставке 3,17% годовых; 3) Продал через 3 месяца наращенную сумму в долларах по форвардному курсу с валютного депозита 77,2 руб. за 1 дол. Определить полученный результат по валютным операциям.

Кейс 5. Международное движение капитала

Задача 17: Общая сумма ввоза капитала 19780 млн. дол., в т.ч. прямые инвестиции 4002 млн. дол. Портфельные инвестиции в 4 раза меньше объема ссудного капитала. Определить портфельные инвестиции, объем ввоза предпринимательского и ссудного капитала.

Задача 18: Общая сумма ввоза капитала 25700 млн. дол., в т.ч.

портфельные инвестиции 7800 млн.дол. Прямые инвестиции в 2,5 раза меньше портфельных. Рассчитать прямые инвестиции, сумму предпринимательского капитала, сумму ссудного капитала. На следующий год портфельные инвестиции увеличились на 5 %, прямые инвестиции — на 15%, ссудный капитал — на 10%. Рассчитать портфельные инвестиции, прямые инвестиции, сумму предпринимательского капитала, ссудного капитала и общую сумму ввоза капитала. Как изменилась структура инвестиций по годам?

Задача 19: Иностранные инвестиции (в млн. дол.) 29699, в т. ч. прямые 6781, по отраслям: промышленность 12330, в т.ч. прямые 3420; сельское хозяйство 101, в т.ч. прямые 56; строительство 255, в т.ч. прямые 142; транспорт и связь 1083, в т. ч. прямые 261; торговля 10516, в т. ч. прямые 1513; коммерческая деятельность 3404, в т.ч. прямые 441; финансирование и страхование 640, в т.ч. прямые 186. Определить отраслевую структуру инвестиций и структуру прямых инвестиций.

Задача 20: Стоимость завода в Нидерландах составляет 30 млн. евро. Курс евро изменился с 1 евро = 0,95 дол. до 1 евро = 1,15 дол. Выгодно ли американскому инвестору вкладывать инвестиции в производство в Нидерландах? Завод в Нидерландах приносит прибыль 6 млн. евро. Выгодно ли переводить прибыль в США при таком курсе?

Задача 21: Стоимость завода в Японии 40 млн. японских йен. Выгодно ли американскому инвестору вкладывать инвестиции в Японии, если курс изменился с 1 дол. = 26,42 йен до 1 дол. = 42,04 японских йен. Завод в Японии приносит 7 млн. йен прибыли. Выгодно ли переводить прибыль в США при таком курсе?

Кейс 6.Международное кредитование

Задача 22: Гос.займы (в млрд. руб.): ГКО 14,9 ; ОФЗ 290,7; кредиты международных финансовых организаций 70,9; кредиты иностранных правительств 166,7; прочие иностранные кредиты 53,6. Определить сумму внутренних, внешних и общую сумму займов, их структуру.

Задача 23: Поступления по гос.кредиту 316,7 млрд. руб., расходы по гос.кредиту 285 млрд.руб. Определить эффективность кредита.

Задача 24: Платежи по внешнему долгу 144,5 млрд. дол.; валютные поступления от экспорта 105,5 млрд. дол. Определить коэффициент обслуживания гос.долга.

Кейс 7.Международное движение рабочей силы

Задача 25: на начало года в стране проживало 7569850 чел. За год в стране родилось 15 620 чел. Естественная убыль населения составила 10415 чел. Выехало из страны 12 325 чел., въехало 11740 чел. Определить миграционное сальдо, численность жителей на конец года.

Методические указания по решению задач:

Задача 1. $R = S \times R_s : 100 \%$

Задача 2. $R_s = R : S \times 100\%$

$$\text{Задача 3. } \Pi = (R_s \sum_{t=0}^n S_t \times (1+d)^t) / 100\%$$

$$\Pi = R_s \times (S_t \times (1+d) + S_t \times (1+d)^2) / 100\%$$

$$\text{Задача 4. Комбинированные платежи} = \Pi + \sum R$$

$$\text{Комбинированные платежи} = \Pi + R \times 2 \text{ года}$$

В задачах 1 — 4:

R — годовая сумма ройялти; R_s — ставка ройялти в процентах от стоимости чистых продаж; S — годовая стоимость чистых продаж за вычетом косвенных налогов и сборов; S_t — годовая стоимость чистых продаж за вычетом налогов и сборов в год «t»; d — ставка дисконта в сотых долях процента; n — срок действия лицензии; Π — паушальный платеж;

$$\text{Задача 5. Внешнеторговый оборот} = \text{экспорт} + \text{импорт}$$

$$\text{Сальдо торгового баланса} = \text{экспорт} - \text{импорт}$$

$$\text{Задача 6. } g = e : p \times 100\%$$

$$t = ((e+i)/p) \times 100\%$$

$$\text{Реальный показатель} = \frac{\frac{\text{показатель в текущих ценах}}{100}}{\frac{\text{индекс цен}}{100} \times \frac{\text{индекс курса}}{100}}$$

$$\text{Индекс курса} = \frac{\text{курс на конец периода}}{\text{курс на начало периода}} \times 100 \%$$

Перевести ВВП в доллары.

где g — экспортная квота производства в процентах; e — экспорт в течение года; i — импорт в течение года; p — годовой ВВП; t — индекс товарности в процентах;

Задача 7. Общая сумма таможенной пошлины = таможенная пошлина за 1 тонну × количество тонн

Это специфическая или особая пошлина.

Задача 8. Адвалорная пошлина =

Таможенная стоимость × (ставка таможенной пошлины) / 100%

Цена единицы товара = таможенная стоимость + адвалорная пошлина

Общая сумма пошлины = адвалорная пошлина × количество штук товара

Это тарифный метод протекционизма.

Задача 9. Цена единицы товара = таможенная стоимость + специфическая пошлина

Общая сумма пошлины = специфическая пошлина × количество штук товара

Комбинированная пошлина с единицы товара = адвалорная пошлина + специфическая пошлина

Цена единицы товара = таможенная стоимость + комбинированная пошлина

Общая сумма пошлины = комбинированная пошлина × количество

штук товара

Задача 10. Для определения равновесной цены и равновесного объема приравнять два уравнения. Затем подставляя в уравнения новую цену и добавив пошлину определить изменение импорта.

$$\text{Задача 13. } D = (K_c - K_n) : K_c \times 100 \%$$

$$p = (K_n - K_c) : K_c \times 100 \%$$

$$\blacktriangle Q_{\text{э}} = Q_{\text{э}} \times (K_c - K_n)$$

$$\blacktriangle Q_{\text{и}} = Q_{\text{и}} \times (K_c - K_n)$$

где D — процент девальвации, p — процент ревальвации, K_c — старый курс, K_n — новый курс, $\blacktriangle Q_{\text{э}}$ — убыток экспортера, $Q_{\text{э}}$ — сумма контракта по экспорту, $\blacktriangle Q_{\text{и}}$ — прибыль импортера, $Q_{\text{и}}$ — сумма контракта по импорту.

Задача 14. Прямая котировка — это выражение единицы иностранной валюты в национальной. Обратная котировка — это выражение единицы национальной валюты в иностранной. Кросс-курс — это курс, полученный расчетным путем из соотношения курсов двух валют к третьей.

Задача 15. Перевести в доллары при разных курсах и сравнить.

Задача 16. Перевести в рубли при разных курсах и сравнить.

Затраты на покупку валюты = стоимость покупки валюты \times курс спот

Наращенная сумма на валютном депозите = вклад $\times (1 + n/100 \times t/12$ мес)

Выручка от продажи по форвардному курсу = наращенная сумма \times форвардный курс

Результат по валютным операциям = выручка от продажи валюты — затраты на покупку валюты,

где n — ставка банковского процента в %, t — количество месяцев сделки.

Задачи 17-18. Рассчитать из уравнений

Общая сумма ввоза капитала = предпринимательский капитал + ссудный капитал

Предпринимательский капитал = прямые инвестиции + портфельные инвестиции

Неизвестную величину принять за « X » и составить уравнение

Задачи 20 — 21. Перевести в доллары при разных курсах и сравнить.

$$\text{Задача 23. } \text{Э} = (\Pi - P) : P \times 100 \%,$$

где Э — эффективность кредита в %, Π — поступления по системе гос кредита, P — расходы по системе гос кредита.

Задача 24. Коэффициент обслуживания по внешнему гос. долгу = платежи по задолженности : валютные поступления от экспорта $\times 100\%$

Задача 25. Миграционное сальдо = эмигранты — иммигранты

Численность на конец года = численность на начало года + родившиеся — естественная убыль + иммигранты — эмигранты

Для активизации познавательной деятельности студентов нами

используются индивидуальные и групповые задания по составлению задач по данным РОССТАТа, когда студенты за разные годы анализируют важнейшие показатели внешнеэкономической деятельности РФ, сравнивают внешнеторговый оборот, экспортную квоту производства, индекс товарности, структуру экспорта и импорта, структуру иностранных инвестиций, платежный баланс, а используя индексный метод определяют реальный ВВП, реальные экспорт и импорт, индексы курсов валют.

Использованные источники:

1. Мудрая, М.В. О денежно-кредитной политике России // Теория и практика современной науки .2016. №1(7). URL:<http://www.modern-j.ru>.
2. Мудрая, М.В. О налогообложении в России // Экономика и социум . 2015 . № 6 (19) .URL: <http://www.iupr.ru>.
3. Мудрая, М.В. Об интеллектуальной собственности, венчурном предпринимательстве и подготовке кадров для предпринимательства// Грани познания: электрон. науч. - образоват. журн. 2012. №6(20). URL:<http://grani.vspu.ru/files/publics/1358409797.pdf>. с. 123-125.
4. РОССТАТ: сайт. URL:<http://www.gks.ru>

Сенченко О.И.

*студент 1 курса магистратуры
Институт социальных наук ИГУ
Россия, г. Иркутск*

**МАРКЕТИНГ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНАХ:
НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ**

Аннотация. В статье рассматривается необходимость нового метода управления дошкольными учреждениями. Данная необходимость вызвана появлением новых альтернативных форм оказания образовательных услуг в регионах, что создает серьезную конкурентную среду для развития дошкольных образовательных услуг. Данная проблема объективно обостряет задачу модификации образовательного процесса. Однако необходимость поиска новых ресурсов качества и эффективности определяет совершенствование организационно-экономических механизмов функционирования ДООУ.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая стратегия, дошкольное образование, маркетинговые исследования, образовательные услуги.

Senchenko O.I.
Student

MARKETING OF PRE-SCHOOL EDUCATION IN THE REGIONS: THE NEED AND FEATURES

Annotation. The article discusses the need for a new pre-school institutions management approach. This is caused by the need to the emergence of new alternative forms of provision of educational services in the region, posing a serious competitive environment for the development of pre-school education services. This problem aggravates the problem objectively modify the educational process. However, the need for new resources, the quality and efficiency determines the improvement of the organizational and economic mechanisms of functioning of the children's educational institution.

Keywords: marketing, marketing strategy, pre-school education, market research, and educational services.

В настоящее время, когда социально-экономические отношения имеют динамичный и нестабильный характер – сфера образования наравне с другими сферами стратегического характера вынуждена решать новые и нестандартные задачи. Действительность диктует принципиально новые условия, с которыми справиться становится все сложнее. Все это говорит о необходимости нового научно обоснованного метода управлением образования, которым является маркетинг.

В условиях сокращающегося финансирования образовательных услуг на региональном уровне усиливается конкурентная среда не только в области среднего и высшего образования, но и общего, что является одной из причин привлечения внебюджетных средств.

Маркетинг сегодня необходим любому образовательному учреждению. Управление современным Детским образовательным учреждением невозможно без опоры на современный маркетинговый инструментарий.

«Маркетинг в образовании – это вид деятельности образовательного учреждения, направленный на удовлетворение потребностей социального заказа общества на подготовку специалиста с конкретно заданными личностными и профессиональными качествами» [2].

Эффективность маркетингового подхода к управлению дошкольным образовательным учреждения зависит от профессионализма педагогических кадров и управленческой команды, владеющих маркетинговыми методами, технологиями изучения и воздействия на рынок образовательных услуг. Процесс формирования маркетинговой компетенции в учреждении дошкольного образования нужно начинать в первую очередь с управленцев: заведующих, руководителей структурных подразделений, методистов, педагогов-профессионалов. Действительно, далеко не все образовательные учреждения в состоянии иметь структурные подразделения по маркетингу. Единственное оптимальное решение из сложившейся ситуации - возложить

данные функции, прежде всего, на руководящий состав.

Маркетинговая стратегия образовательного учреждения находит своё отражение в маркетинговой программе, которая представляет развернутое управленческое решение, реализует принципы маркетинга и направлена на удовлетворение образовательных потребностей детей, их родителей, общества и государства. Оказание населению качественных образовательных услуг, направленных на удовлетворение потребностей, как клиентов, так и сотрудников ДООУ является главной задачей в маркетинговой политике дошкольного учреждения.

Система ведения конкурентной борьбы на данном рынке у каждого учреждения примерно одинакова. Проводя маркетинговые исследования, каждое дошкольное учреждение выявляет для себя определенный перечень критериев дающих оценку внешней среде, далее на основе полученных данных разрабатываются определенные программы, в которые входят разработка стратегии развития ДООУ на перспективу; поиск активных социальных партнеров в своем ближайшем окружении; создание имиджа ДООУ среди родителей и педагогической общественности (города); повышение рейтинга образовательного учреждения и т.д.

На данном этапе различие конкурентной борьбы на рынке дошкольных образовательных услуг заключается лишь в умении качественно исследовать внешнюю среду и рационально реализовывать маркетинговые программы. Выбирать нужные направления деятельности и делать на них грамотные акценты, которые будут соответствовать состоянию данного рынка в данный момент времени. Именно от этого зависит уровень конкурентоспособности на рассматриваемом рынке.

Практическое освоение и применение маркетинга в дошкольных образовательных учреждениях в регионах находится на среднем уровне, создаваемые маркетинговые программы реализуются не в полном объеме, в силу не созданных условий для их выполнения, а так же нехватки времени руководящего состава на выполнение маркетинговой функции. Необходимо отметить, что на сегодняшний день осуществляется подготовка организаторских и научно-педагогических кадров, способных мыслить и действовать в категориях и на принципах маркетинга. Использовать присущие ему инструменты и приемы применительно к особенностям образовательных услуг, процессов и результатов их оказания, что является основой для развития необходимо-нового метода управления дошкольным образованием на принципах маркетинга.

Использованные источники:

1. Белая К.Ю. Методологическая работа в ДООУ: Анализ, планирование, формы и методы/ К.Ю. Белая. – М.: ТЦ Сфера, 2010. – 96 с.
2. Езопова С.А. Менеджмент в дошкольном образовании/ С.А. Езопова - М: Финпресс, 2003. – 330 с.
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш.

Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. - 494 с.

4. Сафонова О.А., Управление качеством образования в дошкольном образовательном учреждении: учебное пособие/ О.А. Сафонова – М., 2011.

*Серебрякова Ю.В., кандидат культурологии
доцент
кафедра «Философия»
Ижевский Государственный Технический
Университет имени М.Т. Калашиникова
Россия, г. Ижевск*

СОЗДАНИЕ СМЫСЛОВЫХ АЛГОРИТМОВ ВТОРОГО УРОВНЯ НА СЕМИНАРАХ ПО ФИЛОСОФИИ

Аннотация:

В статье показаны методика, мониторинг и примеры построения смысловых алгоритмов второго уровня как вариант задания для семинара по философии. В отличие от алгоритмов первого уровня, два исходных понятия изначально подбираются преподавателем как противоположности, размышляя о которых, студенты учатся диалектическому методу в рефлексии.

Annotation:

The paper shows the methodology, monitoring, and examples of the construction of semantic algorithms of the second level as a reference option for the seminar on philosophy. In contrast to the first-level algorithms, two original concepts originally selected teacher as opposed to thinking about which students learn the dialectical method in the reflection.

Ключевые слова:

Смысловые алгоритмы, философия, смысловая дидактика, диалектика, рефлексия, противоположность.

Keywords:

Semantic algorithms, philosophy, semantic didactic, dialectic, reflection, contrast.

Обучение философии предполагает обучение философствованию – рефлексии, в том числе диалектической, т.е. построенной на исследовании противоположных понятий. Поэтому на семинарах по философии я предлагаю студентам задания на создание смысловых алгоритмов первого – третьего уровней, ассоциативных цепочек (смысловых гнезд) вокруг ключевого слова (или нескольких слов). Эти ассоциативные цепочки не только записываются, но и проговариваются: как правило, это задание для пары или группы (3 – 5 человек). В ходе выполнения задания смысловые алгоритмы уточняются, часть из них остается только на черновике. Чистовой вариант ответа содержит от 20 до 50 слов.

Смысловые алгоритмы первого уровня – наиболее свободные ассоциативные цепочки (объем 20 – 30 слов), они строятся вокруг одного ключевого слова. Для выполнения этого задания студенты подбирают однокоренные слова, слова, реконструированные этимологически, и синонимы к ключевому слову. Этот уровень позволяет фантазировать и находить иногда очень далекие ассоциации. Поэтому именно здесь может быть много ошибок. Однако полагаю, что студентам необходимо научиться создавать алгоритмы первого уровня, т.к. обучение философии невозможно без развития воображения [1, с. 160]. Затем задание усложняется: предлагаю студентам строить смысловые алгоритмы первого уровня на три ключевых слова, объединяя попарно первое – второе, второе – третье, первое – третье слова и проговаривая, прописывая от этих пар ассоциативные цепочки. Главные принципы моей методики: 1) приоритет точности мышления; 2) приоритет здравого (позитивного) и критического мышления [2, с. 148]; 3) поиск различных вариантов размышлений, рефлексии о ключевом слове; 4) отстаивание личного прочтения смыслов (аргументация, сначала устная, затем письменная).

Смысловые алгоритмы второго уровня создаются от двух противоположных понятий и оформляются в виде таблицы.

Критерии оценивания этого задания:

5 баллов (максимум) – подобраны 7 – 10 пар слов в обеих колонках таблицы, последующая позиция не является синонимичной предыдущей;

2 – 4 балла – подобраны 3 – 7 пар слов;

1 балл – подобраны 2 – 4 пары слов.

Приведем примеры смысловых алгоритмов второго уровня:

Таблица 1. Продажность/честность

Продажность	Честность
Неспособность противостоять страстям	Осознание ценности своей души
Культ денег, материальных ценностей	Строгие убеждения о чести и долге
Отсутствие своих ценных идей	Творчество
Бесчестность в поступках	Искреннее отношение к людям, справедливость
Праздность	Труд в радости и благодарности
Взяточничество	Стойкость
Отсутствие добродетелей, стремления к добру	Путь к добру правильными путями
Эгоизм	Учитывает интересы и способности других людей

Таблица 2. Женственность/мужественность

Женственность	Мужественность
Нежность, ласковость	Твердость
Стремление любить и быть любимой	Сдержанность в чувствах
Забота о семье	Самообладание, самодисциплина
Сила в слабости	Умение найти выход из самого безвыходного положения

Гармония внешней и духовной красоты, аккуратность	Преобладание воли и ума во всем
Чувствительность, отзывчивость	Справедливость
Умение видеть сердцем	Ум, здравый рассудок

Таблица 3. Слабохарактерность/воля

Воля	Слабохарактерность
Мужественность	Неспособность противостоять мнению других
Способность самостоятельно принимать решения	Апатия
Четкое представление о проблемах, может изменить свое мнение только из-за вновь открывшихся фактов	Частая смена своих или принятых мнений
Надежность, ответственность	Безответственность, не сдерживает обещания
Уверенность в себе, стойкость	Внушаемость
Строит свою судьбу самостоятельно	Безразличие к своей судьбе
Активность, деятельность	Ожидание в бездействии

Собственная точка зрения студентов формируется и проявляется, аргументируется и отстаивается в диалоге. Критериями конструктивной критики являются: внимание к деталям, различным вариантам объяснения исходного тезиса, возможность его опровержения.

Третий уровень смысловых алгоритмов выстраивается как смысловое поле понятий, уточняющих ключевое слово (философской категории), с обязательным указанием и проговариванием и негативного проявления данного ключевого понятия в реальности, и его положительного смысла. Все три уровня смысловых алгоритмов взаимосвязаны: они показывают и работу свободного (иногда и фантазийного) ассоциативного мышления на первом уровне, и работу по сравнению и аргументированному сопоставлению понятий на втором уровне, и работу точной мысли на абстрактном третьем уровне. Таким образом, студенты на каждом семинаре продвигаются в своей рефлексии от бытия в языке (обыденном языке здравого смысла) к вариативным языкам бытия (философскому, художественному, политическому и др.).

Опыт создания смысловых алгоритмов, или опыт разночтений, подготавливает студентов к внимательному прочтению оригинальных философских текстов, сравнительному анализу понятий, в них прописанных, с понятиями, заданными в учебниках, энциклопедиях, словарях. Кроме того, студенты добавляют и уточняют смысловые алгоритмы библиотеки, созданной предыдущими курсами [3, с. 39], с учетом меняющейся реальности и современных тенденций в гуманитарном знании.

Использованные источники:

1. Серебрякова Ю.В. Работа с многозначными понятиями на семинарах по философии // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. –

Тамбов: Грамота, 2012. №11-1. С. 159 – 162.

2. Серебрякова Ю.В. Социально-педагогические условия формирования коммуникативной компетенции студента ВУЗа // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. Челябинск, 2012. №8. С. 146-155.

3. Серебрякова Ю.В. К вопросу о взаимосвязи критериев общекультурных компетенций и мониторинга предметного обучения философии // Alma mater (Вестник высшей школы). М.: Изд-во «Alma mater», 2013. №2. С. 38 – 42.

*Сударикова А.В.
студент 2 курса
факультет «Государственное и муниципальное управление»
Целуйкина Т.Г., к.пед.н.
доцент
кафедра экономической психологии
и психологии государственной службы
Поволжский институт управления
им. П.А. Столыпина –филиал РАНХиГС
Россия, г. Саратов*

ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫЕ КАЧЕСТВА БУДУЩИХ УПРАВЛЕНЦЕВ

Аннотация: В статье рассмотрены особенности содержания понятия «профессионально важные качества», а также представлены результаты исследования наиболее значимых компонентов профессионально важных качеств будущих управленцев.

Ключевые слова: профессионально важные качества, организаторские качества, мотивационно-волевые качества, интеллект, стрессоустойчивость.

Abstract: The article describes the features of the concept of «professionally important qualities», as well as provides results of the study of the most significant components of professionally important qualities of the future managers.

Keywords: professional qualities, organizational skills, motivational and volitional qualities, intelligence, ability to handle stress.

Данная тема является актуальной, потому что профессионально важные качества определяют дальнейшую жизнь будущего управленца. В современном мире каждый управленец должен уточнять свои личные ценности и эффективно управлять собой, постоянно поддерживать собственное развитие.

Если говорить о профессионально важных качествах руководителя в структуре управления, то проблема определения универсального набора качеств и требований, которым обязан и должен соответствовать современный руководитель, является весьма актуальной темой, так как диагностика профессиональных важных качеств поможет и позволит повысить эффективность управления и прогнозирование оптимальной

структуры личности руководителя.

Профессионально важные качества включают в себя индивидуально-психические и личностные качества субъекта, которые необходимы и достаточны для реализации той или иной продуктивной деятельности.

Существует множество определений понятия «профессионально важные качества», из которых можно сделать вывод, что нет единого мнения и подходов к этому вопросу. Но большинство авторов сходятся в том, что профессионально важные качества - это свойства и внутренние условия, которые позволяют человеку адаптироваться в новой среде, имея при этом профессиональный набор качеств, предназначенных для данной профессиональной деятельности.

Качества управленца - это устойчивые характеристики, которые оказывают наиболее решающее влияние на будущую деятельность. Эти качества являются сложными в психологическом плане образованиями, зависящие от множества факторов, таких как: структура личности, особенности характера, направленность личности, способности, условия деятельности и опыта.

Характер накладывает своеобразный отпечаток и на личностные характеристики будущего управленца. Талантливость управленца устанавливается многими психическими качествами.

Организаторские качества представляют собой особые проявления ряда психологических свойств личности, наиболее значимыми из которых являются:

- самокритичность - способность видеть недостатки в себе и других;
- избирательность - способность адекватно отражать психологию организации;
- контакт - способность устанавливать меру воздействия.

В зависимости от конкретной ситуации и целей важно точно применить тот или иной стиль общения. Например, если будущий управленец обладает хорошими навыками общения, то ему будет легко в дальнейшем устанавливать деловые контакты с коллегами и партнерами. При установлении делового контакта очень важно располагать к себе человека. Эта особенность зависит от манеры поведения. Именно хорошие манеры помогают приспособляться в любой обстановке, упрощают налаживание контактов, расширяют возможности оказывать влияние и воздействие на людей [1].

Важное значение для будущего управленца имеют мотивационно-волевые качества, такие как: свобода (самоопределение) и добросовестность (внимание, порядочность, честность, точность) [2].

Кроме того, следует отметить предпринимательские качества будущего управленца, потенциал которых зависит от умения предугадать и быстро оценить существующую ситуацию, рассчитать возможные результаты.

Важным качеством будущего управленца, несомненно, является его устойчивость к стрессовым ситуациям. Стрессоустойчивость - это совокупность личностных качеств, позволяющих работнику противостоять сильным отрицательным эмоциональным воздействиям, переносить значительные интеллектуальные и волевые нагрузки, обусловленные особенностями профессиональной деятельности [3].

Профессионально важные качества будущего управленца в структуре управления зависят от непрерывной профессиональной подготовки государственных служащих, т.е. целенаправленной подготовки, которая осуществляется в будущей служебной деятельности.

Профессионально важные качества личности будущего управленца - это личностные характеристики, обеспечивающие наибольшую действенность, эффективность, результативность и, конечно, успешность управленца в сфере управляемой деятельности.

В Поволжском институте управления имени П.А. Столыпина было проведено исследование, в результате которого было опрошено 90 юношей и 110 девушек. Из них студентов 1 курса - 60 человек, 2 курса - 40 человек, 3 курса - 55 человек, 4 курса - 45 человек.

Полученные результаты исследования показали, что студенты 3 и 4 курсов менее подвержены стрессу, нежели студенты 1 и 2 курсов. Студенты 1 и 2 курсов считают, что будущий управленец должен обладать профессионализмом и компетентностью, а студенты 3 и 4 курсов полагают, что интеллект и целеустремленность - это основные качества будущего управленца.

Студенты 1 курса не считают такое качество как «интеллект» самым важным для идеального управленца. Студенты 3 и 4 курса поставили «интеллект» на первое место, а студенты 1 и 2 курсов выбрали наиболее важным такое качество как «ответственность».

Дело, которое выбрали будущие управленцы для себя, обязательно должно быть любимым, без которого невозможно просто финансовое благополучие и получение удовольствия от самой работы. Существует масса различных профессионально важных качеств, которыми человек обладает, и которые помогают ему подняться по карьерной лестнице. Но, даже если имеются все вышеупомянутые профессионально важные качества управленца, это не дает полной гарантии в достижении абсолютного успеха в профессиональной деятельности.

Можно подвести итог, что в структуру профессионально важных качеств будущего управленца входят: организаторские, мотивационно-волевые, предпринимательские и интеллектуальные способности. Хочется добавить, что обучать эффективному руководству обязательно нужно, необходимо накапливать теоретический и методологический материал по данному направлению, а также справляться со сложными ситуациями, с которыми периодически сталкивается будущий управленец.

Использованные источники:

1. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянская Е.В. Психология управления. – Харьков, 2011.
2. Виханский О.С. Менеджмент: учебник. – 5-е изд., стереотип. – М.: Магистр; ИНФРА-М, 2011.
3. Байков Н.М.- Кадровый потенциал госслужбы: региональный аспект. М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. 2012. - №1. - С. 131-150.

*Ханыкин А.И.
студент 3го курса
Яковлева С.С.
преподаватель
ПГУТИ
Россия, г. Самара*

СТАТИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы оценки эффективности учебного заведения. Приводится методика оценки эффективности деятельности учебного заведения, обеспечивающая высокую степень достоверности результатов.

Ключевые слова

Система образования, оценка эффективности, системный анализ, кортежное моделирование, система поддержки принятия решений, алгоритмизация.

Системный анализ содержит множество оценочных и оптимизационных методов, однако автор хотел бы предложить новый метод определения узких мест функционирующей системы, а также обозначить собственную видимость оптимальной оценки эффективности бизнес-процесса.

Стоит отметить, что эффективное функционирование учебного заведения может осуществляться только в рамках информационной системы управления, позволяющей своевременно дать оценку результатам деятельности, и в случае необходимости скорректировать процесс и вывести его на уровень аккредитационных показателей.

Исходя из этого, совершенствование системы управления с целью повышения эффективности деятельности образовательного учреждения предполагает переход к такой модели, в рамках которой возможно обеспечение гибкости его деятельности. Возникает важная проблема оценки эффективности отдельных элементов внутренних бизнес-процессов, приводящих к повышению эффективности деятельности учебного заведения в целом.

При разработке такой модели пришлось столкнуться как с проблемой оценивания эффективности отдельных элементов бизнес-процесса, так и с проблемой выставления общей оценки эффективности учебному заведению. Большое количество вопросов вызвало формулирование правил вывода общей оценки бизнес-процесса.

Допустим, можно ввести пороговые оценочные значения для каждого элемента БП и вывести в программе отчет по эффективности искомых критериев. На первый взгляд логичность метода является бесспорной, однако уже после нормализации входных данных, выполнения процедуры суммирования критериев и тривиального выставления средней оценки как среднего арифметического по критериям во всем объеме встает вопрос об адекватности такого метода оценивания, который совершенно не учитывает отрицательных эффектов от «недобора» или «перебора» в эффективности конкретного критерия, а наличие отрицательных эффектов, безусловно, сказывается на БП в целом, тогда как система поддержки принятия решений (СППР) выставляет неоправданно завышенную оценку эффективности.

Чтобы устранить эту непростую проблему, нужно обратиться к понятию явления диссинергии в теории систем и системного анализа. Согласно определению, диссинергия есть ни что иное, как снижение эффективности функционирования системы в результате негативного воздействия друг на друга входящих в нее элементов за счет так называемого системного эффекта (эмерджентности).

Если мы собираемся брать во внимание отрицательные эффекты при оценке эффективности учебного бизнес-процесса, необходимо определиться, какое из значений оценки является недобором относительно оптимального значения, а какое - перебором. В рассматриваемом примере, оптимальное значение представляется в виде интервала.

Введем в модель три кортежа данных. Один будет отображать нижний допустимый порог $A = \{A_i\}$, где $i=1, n$; другой – верхний допустимый $B = \{B_i\}$, где $i=1, n$. Третий кортеж $V = \{V_i\}$, где $i=1, n$ заполняется самим пользователем, т. е. его значения формируются из данных СППР, которые он вводит через экранную форму самостоятельно.

Введём переменную суммы (S) для суммирования частных оценок критериев (с учетом диссинергии). В первую очередь необходимо рассчитать оценочные характеристики по следующему принципу: сперва учитывается «полезная часть» оценки, то есть нормализованная оценка критерия (частный коэффициент эффективности) суммируется «как есть» (PC_i). Затем проверяется условие: если оценка лежит в пределах интервала оптимальности, тогда частный критерий неэффективности не учитывается ($PC_i = 0$), оценка считается оптимальной.

Если же оценка лежит за пределами интервала оптимальности выше верхней границы ($V_i > B_i$), тогда частный критерий неэффективности (PC_i) вычисляется для текущей оценки по следующей формуле: $PC_i = (B_i - V_i) *$

k , где k – количество зависимых критериев от рассматриваемого, т. е. количество критериев, коэффициент корреляции которых относительно рассматриваемого больше или равен 0,5. Иначе говоря, тот недобор (или перебор) по эффективности, который в любом случае носит отрицательный характер за счет ввода коэффициента k , в равной степени негативно влияет на все зависимые критерии от текущего, т. е. полученное отрицательное значение как бы вычитается из оценок всех зависимых критериев (подробнее – ниже).

И, наконец, если оценка находится за пределами интервала оптимальности ниже нижней границы интервала ($V_i < A_i$), тогда частный критерий неэффективности (PCI_i) вычисляется для текущей оценки по другой формуле: $PCI_i = (V_i - A_i) * k$.

По окончании вычисления оценочных характеристик для всех рассматриваемых критериев (n), проводится процедура учета их положительных и отрицательных эффектов, заданная формулой для расчета оценки эффективности (EA), она же – ПОЭБП (полином оценки эффективности бизнес-процесса).

$$EA = \frac{\sum_{i=1}^n (PCE_i + PCI_i)}{n}$$

Данная математическая модель оценки эффективности бизнес-процесса была реализована в виде программного продукта, и на практике показала себя как довольно универсальное средство оценивания эффективности бизнес-процесса любой проблемной области.

Использованные источники:

1. Волкова В.Н., Денисов А.А. Основы теории систем и системного анализа. – Изд. 3-е. перераб. и дополн. – СПб.: Издательство СПбГПУ, 2003. – 520 с.
2. Матвеева Е.А., Яковлева С.С. Разработка стратегии развития инновационного конкурентоспособного техникума на основе сбалансированной системы показателей Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2012. – № 4(20) Раздел: Информационные технологии в организации производства.- С. 61-67.

Международная научно-практическая конференция "СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ"

*Алёхина Е.С., к.э.н.
доцент*

кафедра «Сервис»

Джабраилова К.А.

студент 3 курса

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ОСОБЕННОСТИ СЕРВИСА В СФЕРЕ УСЛУГ

Аннотация. В данной статье рассматривается характеристика сферы услуг и предоставляемого сервиса. Принципы (эластичность, удобство, техническая адекватность, информационная отдача, разумная ценовая политика и гарантированное соответствие производства) и проблемы современного сервиса в сфере услуг.

Ключевые слова: обслуживание, услуга, сервис

Сфера услуг - сводная обобщающая категория, включающая воспроизводство разнообразных видов услуг, оказываемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами.

Услугам присущ ряд отличительных характеристик:

- Неосвязаемость: нельзя «проверить на зуб» тренинг, работу страховой компании, профессионализм репетитора или парикмахера до того, как вам данную услугу оказали.

- Неотделимость от человека, ее оказывающего: вам не все равно, кто именно будет делать вам массаж или обслуживать в кафе, ибо качество сервиса зависит от конкретного человека. И, если в частной клинике вам предложат обратиться не к вашему постоянному, а к другому врачу - даже будучи на 100% лояльными по отношению к самой клинике, Вы в большинстве случаев захотите подождать «своего» специалиста;

- Одновременность производства и потребления: услуга производится именно в тот момент, когда она оказывается. Если товар - результат деятельности производителя, то услуга оказывается потребителю в прямом взаимодействии с ним.

- Несохранимость: из-за того, что услуги (пусть даже одни и те же) оказывают различные люди, находящиеся в разном душевном состоянии и настроении, услугу характеризует возможное непостоянство качества;

- Невозможность передать услугу в собственность: приобретая книгу, мы покупаем наслаждение - но не возможность внести в нее изменения;

заплатив за тренинг, мы покупаем его как процесс прохождения нашими сотрудниками обучения, но не сам сценарий проведения (купить прописанный сценарий тренинга тоже в принципе можно, но это уже скорее товар, а не услуга).

Перечисленные выше отличительные черты сферы услуг определяют несколько важных аспектов, недостаток внимания к которым может свести на нет всю работу по оказанию услуги:

1. Люди (в лице сотрудников, взаимодействующих с клиентами - промежуточными или конечными потребителями), являющиеся обязательным элементом услуги.

2. Процессы, связанные с оказанием услуг.

3. Производителям услуг нужно постоянно думать о балансе между регламентом и индивидуальным подходом, технологией и человечностью.

Например, фраза страховщика «Да, по технологии у нас принята предоплата, но для вас как любимого клиента мы нарушим алгоритм» дорогого стоит и становится пропуском к сердцу лояльного клиента.

4. Прямые факторы, обеспечивающие максимальную материализацию услуги.

5. Поскольку услуга до момента ее оказания неосвязаема, ее необходимо как-то, пусть даже иллюзорно, материализовать, поэтому компании, занимающиеся услугами, должны уделять особое внимание «деталю» - расположению офиса, интерьерам, выпуску красивых брошюр и сертификатов.

В настоящее время сфера услуг является одной из самых перспективных, быстро развивающихся отраслей экономики. Она охватывает широкое поле деятельности: от торговли и транспорта до финансирования, страхования и посредничества самого разного рода. Гостиницы и рестораны, прачечные и парикмахерские, учебные и спортивные заведения, туристические фирмы, радио - и телестанции, консультационные фирмы, медицинские учреждения, музеи, театры и кинотеатры относятся к сфере услуг. Практически все организации оказывают в той или иной степени услуги.

Сервисная деятельность вносит большой вклад в экономику государства. Главной целью сервисной деятельности является удовлетворение общественных и индивидуальных потребностей людей. Развитие сервисной деятельности и спрос на услуги основывается на росте промышленного производства и повышении покупательной способности населения. Развитие производства стимулирует расширение сферы сервисной деятельности, и наоборот. Сфера сервиса сегодня характеризуется динамизмом, изменчивостью, непрерывным возникновением все новых и новых услуг.

Использованные источники:

1. Котлер Ф., Армстронг Г, Вонг В. «Основы маркетинга. 2-е европейское

издание», М., 2013 г.

2. Синявцева, О. В. Экономика предприятия / О. В. Синявцева, Е. П. Орловский, Т. Е. Михайлова. 2014. - 448 с.

*Алехина Е.С.
магистрант 2 курса
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства ДГТУ филиал в г. Шахты
Россия, г. Шахты*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация. В статье обосновывается актуальность применения маркетингового подхода в регулировании рынка недвижимости, представлены маркетинговые технологии как механизм преобразования услуг на рынке недвижимости.

Ключевые слова. Рынок недвижимости, маркетинговые технологии, покупатели, управление, технологизация.

В рыночной экономики особое место занимает сфера недвижимости, которая выступает в качестве средств производства (земля, административные, производственные, складские, торговые и прочие здания и помещения, а также другие сооружения) и предмета или объекта потребления (земельные участки, жилые дома, дачи, квартиры, гаражи). В настоящее время в России происходит активное формирование и развитие рынка недвижимости и все большее число граждан, предприятий и организаций участвует в операциях с недвижимостью.

Недвижимость является особым товаром, так как ее характеристики не характерны для других товаров. Рынок недвижимости – это совокупность отношений вокруг операций с объектами недвижимости (продажи, покупки, оценки, аренды, залога и т.п.) [1].

Рынок недвижимости имеет сложную структуру, которую можно рассматривать по разным характеристикам: масштабу, степени и характеру монополизации, механизму функционирования, уровню насыщенности услугами, типу покупок, объектам купли-продажи. По масштабу рынок недвижимости может рассматриваться в рамках национальной экономики, регионального уровня или уровня местного муниципального образования. На современном этапе преобразований отечественного государственного управления основные функции по регулированию сферы недвижимости услуг перенесены на региональный и местный уровень. Однако значимость задач по обеспечению населения данными услугами и недостаточность местных бюджетов для решения данных задач обуславливают необходимость формирования соответствующей системы управления и на федеральном уровне. На процессы формирования региональных рынков недвижимости влияют самые разнообразные группы взаимосвязанных

факторов и условий: климатические и природно-ресурсные факторы, которые создают большой диапазон вариантов формирования и функционирования рынков данного сервиса, определяют их структуру, емкость и схемы предоставления услуг; демографические и расселенческие факторы и т.д. В целом, рынок недвижимости характеризуется следующими параметрами:

- это сложный, емкий рынок, регулируемый государством, действия на котором должны отличаться высокой ответственностью;

- это многоотраслевой рынок, основанный на развитой инфраструктуре, сложных информационных технологиях и затратоемких технических средствах;

- это рынок с плотным потреблением, максимальной дифференциацией финансовых нужд и запросов потребителей.

Маркетинговая работа является неотъемлемой составляющей управленческой активности любой организации сферы недвижимости, ориентирующейся в своей деятельности на рыночные процессы. Для риэлтерских агентств маркетинг выступает основным инструментом ориентации на потребительский спрос и определения всей системы параметров производственной и сбытовой деятельности. Для других организаций, в частности, органов государственного регулирования, использование маркетингового инструментария также необходимо для обладания достоверной и полной информацией о состоянии экономики и разработке мер экономического регулирования. Более того, для в системе управления фирмой необходимо использовать такие процессы, которые могут тиражироваться, повторяться, оцениваться на основе стандартных процедур [2].

Становится острой значимость технологизации маркетинга для предприятий и мелких фирм сферы недвижимости, в том числе и в сфере органов управления рынком недвижимости, так как четкое определение состава, количества и стоимости проводимых маркетинговых мероприятий является основой для постоянного и осознанного применения маркетинга в управлении. Технологии в сфере маркетинга, как и в других областях деятельности, обеспечивают минимизацию ресурсных затрат на осуществление профессиональной деятельности. Поэтому использование таких технологий позволит поставщикам потребительских услуг, которые относятся преимущественно к малым и средним предприятиям и обладают ограниченными возможностями по содержанию отдельных маркетинговых подразделений, комплексно и полностью реализовывать требуемые маркетинговые мероприятия. Разработка и использование маркетинговых технологий на различных уровнях управления рыночными процессами в сфере услуг рынка недвижимости должны не только обеспечить рост объемов и качества предоставляемого сервиса, но и позволить обновить сервисное обслуживание.

Несовершенство государственных механизмов регулирования рынка недвижимости приводит к торможению развития рыночных принципов хозяйствования, что проявляется в следующих недостатках существующих рыночных механизмов:

- остается крайне низкой роль потребителя, который должен стать главной фигурой при определении требований к ассортименту и качеству услуг;

- отсутствуют стимулы для развития производства услуг;

- узок перечень и нет достаточной свободы при выборе коммерческих партнеров, что препятствует формированию рациональных хозяйственных связей;

- нет стимулов для инноваций, обеспечивающих переход к новейшим технологическим системам сервисного обслуживания;

- медленно происходит образование саморегулируемого механизма потребления данных услуг.

Последнее обстоятельство препятствует формированию развитой рыночной инфраструктуры, которая характеризуется эффективными механизмами воздействия спроса на предложение. Спрос на рынке недвижимости не организован. Совершенствование системы управления рынком недвижимости должно основываться на формировании развитой инфраструктуры сервисного обслуживания, становлении эффективных механизмов государственного регулирования, учитывающих рыночную реальность и естественные ограничения возможности действия рыночных механизмов в этой сфере.

Развитие маркетинга на рынке услуг недвижимости необходимо, поскольку он является концепцией ориентации на потребности, которая уважает и защищает права потребителя. Более того, современный маркетинг - его социально-этическое направление - требует учитывать интересы всего общества, в частности в области охраны окружающей среды и накладывают определенные социальные обязательства на производителя [2]. Направления решения проблем на основе использования маркетинговых технологий могут быть рассмотрены в следующем составе:

- 1) привлечения новых поставщиков на рынок недвижимости, стимулирование инвестиционной деятельности - использование инвестиционного маркетинга;

- 2) целевая деятельность органов государственного регулирования по формированию рыночной инфраструктуры рынка недвижимости и регулированию хозяйственной деятельности;

- 3) стимулирование подготовки квалифицированных кадров - маркетинг персонала;

- 4) маркетинг потребительских организаций.

Применение маркетинга должно производиться как на уровне риэлтерских фирм, так и на уровне регионального регулирования сферы

недвижимости. Для системы регионального управления сферой недвижимости и предоставляемых услуг субъектами рынка использования маркетинга необходимо не только для решения традиционных задач исследования и наблюдения за рынком услуг, но и для реализации такого процесса как формирование институтов потребителей, получающих услуги. Именно маркетинг должен стать одним из инструментов по формированию механизмов структурирования потребительского спроса, отсутствие которых оказывает крайне негативное влияние на формирование полноценной рыночной инфраструктуры.

Использованные источники:

1. Мурзин А.Д. Недвижимость: экономика, оценка и девелопмент: учебное пособие / А.Д. Мурзин.-Ростовн/Дону: Феникс, 2013.-382с.
- 2 Маркетинг в России на рубеже веков: реалии, проблемы, перспективы. / Монография/Выпуск 4// Под науч. ред. д.э.н., проф. Федько В.П. М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР, 2012.-296с.

*Алехина Е.С., к.э.н.
доцент
кафедра «Сервис»
Лунченкова Н.В.
студент 3 курса
Свинарёва Ю.А.
студент 3 курса
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

РОЛЬ ПОСЛЕПРОДАЖНОГО СЕРВИСА В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ

Аннотация. В данной статье рассматривается значение формирования систем сервиса на предприятиях и их преимущества, а также сущность, функции и способы организации послепродажного обслуживания. Приведены способы послепродажного обслуживания.

Ключевые слова: послепродажное обслуживание, услуга, сервис, этапы сервиса.

Каждая фирма, занимающаяся производством товаров, в особенности таких, как автомобили, бытовая техника, станки и оборудование, оказывает определенные услуги, необходимые для осуществления продаж данных товаров и их эксплуатации. Такие услуги представляют собой сервисное обслуживание товара.

Формирование службы сервиса для потребителей – одно из важнейших маркетинговых условий образования предложения товаров. Такой подход к обслуживанию клиентов позволяет вывести компанию на новый уровень

развития и сократить издержки на рекламу и различные маркетинговые уловки, которые обычно используют менеджеры в целях увеличения продаж. Но на деле качественный сервис может принести намного больше прибыли. В настоящий момент разработка и внедрение эффективной стратегии сервиса является наиболее важной задачей, нежели создание различных новых технологий, поскольку повышает доходы фирмы. Кроме того, что такая стратегия способствует увеличению объёмов денежных средств, она также помогает выработать лояльность у клиентов, которая позволяет не только привлечь новых потребителей, но и улучшить качество взаимодействия и ними.

Следует учитывать, что реализация товаров и услуг – это начальный этап взаимоотношений с покупателем, а правильная организация послепродажного обслуживания помогает сделать его постоянным клиентом. Разработка стратегии послепродажного обслуживания предполагает принятие ряда важных решений, которые характеризуются тремя параметрами:

- разработка изделия предусматривает вопросы, связанные с его обслуживанием: расчетную стоимость технического обслуживания, модульное проектирование, объединение систем автодиагностики и дистанционного обслуживания, вероятность возобновления изделия в будущем и расчётный коэффициент безопасности;

- планирование обслуживания включает определение объема услуг и уравнивание различных составных элементов смешанного сервиса, сегментирование предложения услуг, услуги конкурентов по уходу за техническими средствами, а также желаемый уровень качества оказываемых услуг;

- на протяжении жизненного цикла услуг система управления ими должна изменяться в соответствии с возлагаемыми на них экономическими условиями: прямая и косвенная рентабельность, способы уплаты, установление и неустановление сотрудничества в сфере технического обслуживания [1].

Не уделяя должного внимания потребителю, фирма теряет прибыль, которую могла бы получить от продолжения взаимодействия с ним. Данный подход может привести в бизнес предприятия положительные изменения (таблица 1).

Таблица 1 – Преимущества послепродажного сервиса

Фирмы, у которых развито послепродажное обслуживание:	Фирмы, у которых не развито послепродажное обслуживание
<ul style="list-style-type: none"> – имеют возможность больше контактировать с целевой аудиторией, получать информацию о качестве товара и услуг, организации процесса продажи; – формируют имидж и увеличивают степень лояльности потребителей; 	<ul style="list-style-type: none"> – теряют значительную часть прибыли, т.к. клиенты предпочитают компании с более высоким уровнем сервиса; – увеличивают бюджеты на продвижение бренда (реклама, маркетинг); – увеличивают текучесть кадров;

<ul style="list-style-type: none"> – обладают возможностью оказывать услуги по более высокой цене; – лично могут наблюдать в работе свою продукцию и продукцию конкурентов, которую также могут использовать потребители; – может стать для организации источником дополнительных доходов; – привлекает лучших специалистов 	<ul style="list-style-type: none"> – практически не могут конкурировать на рынке; – имеют низкий уровень продаж; – не имеют постоянных клиентов; – имеют больше отрицательных отзывов и не пользуются спросом у покупателей
---	---

Существуют методы послепродажного сервиса, позволяющие увеличить поток клиентов и существенно повысить конкурентоспособность предоставляемых услуг. Например, компания TriggMine разработала два подхода, которые в настоящее время пользуются успехом у потребителей и помогают мотивировать их на неоднократное потребление их услуг.

Первый метод – возобновление спроса. Его сущность состоит в том, что владея определённой информацией о жизненном цикле и покупках товара, маркетологи имеют возможность прогнозировать, как скоро клиенту потребуется следующая покупка. Своевременно предложив приобрести продукт или посоветовав приемлемый для покупателя, возрастёт интенсивность продаж.

Второй метод заключается в помощи клиентам и предложению дополнительных товаров. Часто у покупателей при приобретении определённых товаров возникают трудности в применении и, как правило, такие товары не пользуются спросом у покупателей, следовательно, уменьшается прибыль фирмы. Но пустив в ход грамотное обслуживание и индивидуальный подход можно привлечь внимание покупателей. Например, компания Evo специализирующаяся на спортивном снаряжении, для того, чтобы уменьшить количество возврата лыжных ботинок, рассылала своим клиентам специальные письма, содержащие ссылки на информацию о правильном применении лыжных ботинок и аналогичных товарах, которые могли бы пригодиться покупателям. В ответ на такую заботу о клиентах они получили положительную статистику: увеличилось во много раз количество просмотра писем и кликов. Такие подходы к клиентам помогают многим организациям занимать первые позиции на рынке и уходить далеко вперёд от своих конкурентов [2].

Таким образом, послепродажное обслуживание играет важнейшую роль в обеспечении конкурентоспособности товаров. Главная особенность послепродажного сервиса выражена тем, что без него в глазах потребителя товар утрачивает массу достоинств. В итоге клиент обратится к той фирме, у которой лучше спланирована сервисная политика.

Использованные источники:

1. Алехина Е.С. Расширение выгод потребительской ценности на

предприятия сферы услуг *Инновационная наука*. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.

2. Ключкова, Е. Н. Экономика предприятия / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. - М.: Юрайт, 2014. - 448 с.

*Алехина Е.С., к.э.н.
доцент
кафедра «Сервис»
Удовкина А.С.
студент 4 курса*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Донской государственный технический университет»
ИСО и П (филиал) ДГТУ
Российская Федерация, Ростовская область, г. Шахты*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ РИЭЛТОРСКОГО АГЕНТСТВА

Аннотация к статье: В данной научной статье рассмотрена конкурентоспособность рынка недвижимости, факторы, влияющие на ее, а также, рассмотрены подходы повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: Факторы конкурентоспособности, конкурентоспособность, недвижимость, подходы повышения конкурентоспособности, риэлтерские услуги.

Для рынка недвижимости характерна повышенная конкуренция, потому что с каждым годом открывается все больше новых агентств недвижимости. Кроме агентств существует большое количество частных риэлторов, занимающихся посредничеством без участия каких-либо специалистов, что составляет большое количество игроков рынка недвижимости и соответственно очень высокую конкуренцию.

Конкурентоспособность недвижимости – это совокупность характеристик объекта, отличающих его от объектов-аналогов по степени удовлетворения и по уровню затрат на его покупку и последующую эксплуатацию. [1]

Основной целью для любой фирмы в условиях рыночной экономики является расширение своих позиций, что невозможно без использования новых подходов и технологий в работе агентства. Рынок недвижимости во многих городах насыщен различными предложениями и агентствами, фирмами, но не каждая из них выживает на долгое время.

Контроль за конкурентами, при грамотном подходе и быстрых и правильных действиях со стороны руководства риэлторского агентства,

позволит удовлетворить специфические запросы потребителя раньше и лучше других.

Лишь выявив слабые и сильные стороны конкурентов, можно правильно оценить их потенциал, цели и стратегии, что позволит в будущем целенаправленно точно сконцентрировать внимание на том направлении, где конкурент слабее [2].

Основными факторами, влияющими на конкурентоспособность, являются:

- экономический потенциал и эффективность деятельности фирм (активы, основной капитал, собственный и заемный капитал, объем продаж, доля на рынке, прибыль);

- управленческая деятельность (формы организации и опыт ведения хозяйственного механизма с позиции нововведений и ответственности);

- стабильное финансовое положение (платежеспособность, кредитоспособность и условия кредитования, структура капитала - отношение собственного капитала к общей сумме активов и т.д.);

- имидж фирмы, ее рыночная стратегия, инновационная деятельность.

[4]

Анализируя представленные факторы, необходимо отметить их значение и актуальность при повышении конкурентоспособности. Использование и пути повышения данных условий способствуют увеличению конкурентных преимуществ как по отношению к фирмам, так и по отношению к выводимым на рынок услугам. Эти пути конкурентоспособности стимулируют увеличение рыночного предложения, а значит, и числа конкурирующих фирм [2]. Прирост числа конкурентов формирует объективные предпосылки для увеличения общего уровня конкуренции и усложнения конкурентной бизнес-среды. В данном случае, возникает необходимость в расширении и разнообразии подходов, обеспечивающих устойчивость конкуренции, а также ее повышении на рынке недвижимости.

Исходя из перечисленных факторов можно представить конкретные подходы по повышению конкурентоспособности риэлторского агентства, основанные на сервисно-ориентированном подходе [3]. Для повышения конкурентоспособности риэлторского агентства можно предложить некоторые сервисные подходы:

- использование различных сервисных и информационно-коммуникационных технологий (различные гаджеты, ИТ-программы и системы, виртуальные форумы и консультации);

- внедрение системы повышения квалификации сотрудников (малые и средние фирмы в основном пренебрегают данным подходом);

- повышение мотивации риэлтерского агента, путем внедрения гибкой системы поощрения;

- внедрение и использование новых форм и методов обслуживания.

Таким образом, конкуренция, является важнейшим условием развития рынка недвижимости, а использование новых методов и подходов в управление риэлтерской фирмы позволит увеличить клиентскую базу, а, следовательно, и прибыль.

Успешность риэлторского агентства обуславливается способностью предложить услуги, наиболее соответствующие и конкурентоспособные нуждам рынка недвижимости и потребителям. Поэтому так важно пристальное внимание уделять такому много значимому аспекту предприятия, как конкурентоспособность.

Все предприятия и организации рынка недвижимости в большей или меньшей степени сталкиваются с такой проблемой как конкуренция, поэтому чтобы выжить в таких условиях, а так же развиваться, необходимо анализировать сложившееся положение на рынке, а так же принимать решения о проведении мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Мазилкина, Е.И. Управление конкурентоспособностью: учеб. Пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. – Изд-во: Омега-Л, 2013. – 328 с.
2. Таран, В.А. Конкурентоспособность предприятий: проблема современной политики и стратегия в области качества / В.А. Таран // Машиностроитель. – 2012. – №2
3. Черничкина О.С., Пахомова А.И. Процветающий сервис как экономическое благо России // международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 4-2 (11)
4. Пахомова А.И., Уланова К.Н. Формирование качества сервиса на предприятии // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 11 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/11/59078> (дата обращения: 29.02.2016).

*Аракелян А.А.
студент 4 курса
Алехина Е.С., к.э.н.
доцент*

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства
ДГТУ филиал в г. Шахты
Россия, г. Шахты*

АНАЛИЗ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ, ОПТИМИЗИРУЮЩИХ РАБОТУ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ, И СПОСОБСТВУЮЩИХ ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ ПРОДАЖ

Аннотация

В данной статье моделируется нынешнее состояние рынка и то, к чему привела внешняя политика государства – падение спроса и высокая конкуренция в малом бизнесе. Основная цель каждого предпринимателя –

это выручка и прибыль от продаж. Поэтому качество работы менеджера по продажам во многом влияет на работу всего предприятия. Автор приводит несколько программных продуктов для оптимизации работы менеджеров и анализирует их функциональные возможности. Каждая, из представленных в статье, программа достаточно удобна и качественна, однако программа БИТ.CRM 8 отличилась более широким спектром услуг и качеством выполнения. По этой причине, она и была рекомендована автором.

Ключевые слова.

Экономика, программа, программное обеспечение, менеджмент, продажи, менеджер, программный продукт, покупатель, продавец, предприятие, предприниматель.

Современная рыночная экономика представляет собой усовершенствованную систему спроса и предложения. С каждым днём цены на любую продукцию возрастают, посредством падения рубля, абсолютно не стабильного уровня стоимости валюты. В этих условиях малый бизнес становится наиболее уязвим, подвержен поеданию его более крупными предприятиями, а конкуренция упорно выбивает его из колеи. Предприниматель вынужден повышать цены на продукцию и услуги, что приводит к снижению спроса и потере клиентов. [1]

Ситуация на рынке явно вызывает недовольство и со стороны покупателей, и со стороны предпринимателей. Но целью каждого является удовлетворить потребности. Для покупателя – это купить необходимый товар или услугу, а для предпринимателя – получить прибыль. Основным видом получения прибыли является прибыль от продаж. [2]

Для поддержания уровня доходов от продаж, необходимо предпринимать меры контроля за продажами, за ценами на сырье и оборудование, за степенью выполнения плана и получения выручки. Чтобы отслеживать всё вышперечисленное, необходимо иметь специальное программное обеспечение, группирующее всю нужную информацию.

Для малого бизнеса будут рассмотрены следующие программные продукты:

- 1) БИТ.CRM 8
- 2) 1С:CRM Базовая версия
- 3) 1С:CRM СТАНДАРТ

Каждая из этих программ привносит вклад в обеспечение менеджера удобными и простыми в использовании программными продуктами.

Программа БИТ.CRM 8 предназначена для повышения эффективности продаж на предприятии, помогает оптимизировать работу и автоматизировать процессы взаимоотношений с клиентами. Данный продукт предусмотрен для сферы торговли и услуг, совместим со смежными

программами 1С:Управление торговлей 8, 1С:Бухгалтерия 8, 1С:Комплексная автоматизация 8, 1С:Управление производственным предприятием 8. При внедрении этого программного решения на предприятии повышается эффективность маркетинговой активности и продаж, уменьшаются риски потери клиентов, производится планирование работы, анализ сегментирования клиентской базы, а также выявляются проблемные этапы продаж, в процессе которых, в основном, происходит потеря клиентов. Эта программа включает основные требования для менеджера по продажам, что делает её незаменимым продуктом. [3]

Следующая программа 1С:CRM Базовая версия необходима для автоматизации процессов управления с клиентами и поставщиками малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. Она позволяет собирать, хранить и обрабатывать информацию о клиентах и сделках, быстро получать полную информацию о взаимоотношениях с клиентами и их личную информацию; автоматизировать процессы продаж и закупок, телемаркетинга и e-mail рассылок; составлять аналитическую отчетность и календарное планирование работы сотрудников. Основным преимуществом данного продукта можно назвать управление продажами, возможность создания технологий продажи нескольких групп товаров, инициализацию стадий и этапов продаж, механизмов подготовки предложений по повышению уровня продажи и анализ цикла продаж. [3]

Последняя представленная программа 1С:CRM СТАНДАРТ обладает несколькими преимуществами: абсолютный контроль за продажами, путём введения оперативного инструментария; регулирование этапов взаимодействия с клиентами; выстраивание рабочего времени всех сотрудников предприятия; возможность ведения анализа клиентской базы, продаж и сделок с покупателями и взаимодействие с другими программными продуктами (1С:Бухгалтерия, почтовые программы и электронные таблицы и другие). Данная программа проста и удобна в применении, как и её интерфейс. Основное назначение продукта – автоматизация процессов контроля и координирования продажами, маркетингом и обслуживанием клиентов. [3]

Для правильного выбора программного продукта для автоматизации процессов взаимоотношений с клиентами необходимо руководствоваться выбранными и нужными задачами и их автоматизированными решениями.

Наименование подсистемы	1С:CRM Базовая	1С:CRM СТАНДАРТ	БИТ.CRM 8
Функционал			
Клиентская база	+	+	+
Управление контактами	+	+	+
Календарь и напоминания	+	+	+
Управление продажами	+	+	+
Управление маркетингом	+	+	+
Рассылки	+	+	+

Анкетирование и опросы	+	-	+
База знаний	+	-	+
E-mail клиент	+	+	+
Поручения	-	+	+
Бизнес-процессы (BPM)	-	-	+
Воронка продаж	-	+	+
Значимые события	-	-	+
Расширенная аналитика по маркетинговым компаниям	-	-	+
Диспетчеризация входящих обращений	-	-	-
Управление проектами (в том числе ресурсами)	-	-	+
Интернет-карты	-	-	+
Интеграция с MS Outlook	-	-	-
Возможность интеграции с CallCenter и системой записи телефонных переговоров*	-	-	-
Интеграция с MS Word	-	+	+
Интеграция с OpenOffice	-	+	+
Настраиваемые фильтры рабочего стола	-	-	+
Технические особенности			
Возможность изменения и добавления нового функционала (конфигурирование)	-	+	+
Возможность расширения числа рабочих мест	-	+	+
Распределенные базы данных (репликация)	-	-	+
Инструменты управления производительностью	-	-	+
Возможность работы через web-клиент(через Интернет)	-	+	+
Возможность работы через тонкий клиент	-	+	-

При рассмотрении основных программных продуктов, было выявлено, что все три программы достаточно схожи в характеристиках, но при совмещении дополняют друг друга. Самый широкий спектр функций и процессов вбирает в себя первая рассмотренная программа БИТ.CRM 8, которая наиболее полно отражает процессы продаж на предприятии и гарантирует повышение их эффективности, а также способствует сохранению и пополнению клиентской базы.

Использованные источники:

1. Бобров, Н. Анализ новых тенденций в развитии розничной торговли // Маркетинг. – 2014. – №2. – С.83-87.

2. Вертоградов В. Управление продажами / В. Вертоградов, – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004 г. – 236 с.

3. Пейн Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов / Э. Пейн. – пер. С. Кривошеин. – СПб: Гревцов Паблишер, 2007. – 373 с

Арутюнова Д.В., к.э.н.

доцент

кафедра Менеджмента и инновационных технологий

ЮФУ

Семченко Т.Г.

студент 4 курса

ИУЭС, ЮФУ

Россия, г. Таганрог

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА FOOD-ИНДУСТРИИ

Аннотация. В работе представлен стратегический анализ отрасли организаций по доставке продуктов на дом с пошаговым рецептом. Методами исследования микроокружения выступили: анализ пяти сил Портера, построение карты стратегической группировки, оценка действий соперничающих компаний, определение ключевых факторов конкурентного успеха. По результатам анализа определены тенденции развития отрасли, а также важнейшие факторы влияния микросреды.

Ключевые слова: food-индустрия, стратегический анализ, конкурентное преимущество, карта стратегических группировок, конкурентные силы.

В настоящее время наблюдается тенденция повышения интереса потребителей к различным услугам food-индустрии, что безусловно привлекательно с точки зрения предложения, а также новых вхождений на отдельные сегменты данного рынка. Одним из вариантов развития данного рынка является сервис, который доставляет корзины с продуктами, к которым приложен пошаговый фоторецепт. Данный сервис помогает не только минимизировать время потребителей, которое в настоящее время ценно, но и помочь в выборе приготовления и разнообразия блюд. Актуальность развития этого направления food-индустрии обуславливает необходимость стратегического анализа данного рыночного сегмента.

Стратегический анализ рынка представляет собой изучение внешней и внутренней среды с обобщением результатов в ситуационном представлении. В связи с тем, что внешняя среда имеет свойство постоянно изменяться, учет этой составляющей особенно важен для данного сервиса, который на российском рынке достаточно молодой.

Объектом исследования является коммерческая организация в сфере услуг – «ТАТИм на дом» в городе Таганроге. Цель исследования – анализ микросреды и выявление факторов, оказывающих значимое воздействие на деятельность и положение организации в отрасли food-индустрии.

В начале исследования был проведен анализ конкурентных сил на рынке (табл.1)

Таблица 1

Анализ конкурентных М. Портера

Сила	Характеристика	Описание
1. Риск вход потенциальных конкурентов	Экономия на масштабе	Экономия на масштабе отсутствует. Отрасль молодая и в настоящее время занимает 50% российского рынка.
	Дифференциация продукта	Разнообразное меню, представленное широким выбором блюд (возможен индивидуальный подход).
	Реакция существующих конкурентов	Конкуренция не агрессивная, каждый сервис имеет свою клиентскую базу, на которую он ориентирован.
	Барьеры входа на рынок	Барьеры не высоки. Трудности для новичков касаются капиталовложения и завоевания доверия у потребителей.
	Отрасль привлекательна, спрос присутствует, конкуренция незначительна, риск входа новых конкурентов достаточно высок, так как затраты на стартовом этапе небольшие и окупаются быстро.	
2. Сила покупателей	Давление со стороны потребителей в отрасли зависит от степени взаимодействия между компанией и потребителями. Возможность покупателей «торговаться» представляет угрозу давления на цены из-за потребностей в лучшем качестве или сервисе. Покупатели данной отрасли сильны в виду того, что отрасль в большей части своей деятельности зависит от отдельных покупателей.	
3. Сила поставщиков	Сила поставщика зависит от такого фактора как, тотальное взаимодействие с потребителям в отрасли. Мощное давление с его стороны связано с тем, что есть некий продуктовый ряд, имеющий мало заменителей.	
Сила	Характеристика (описание)	

4. Соперничество существующих в отрасли компаний	Рост конкурирующих компаний	Выравнивание по конкурентным преимуществам (цена, качество, сервис, ассортимент).
	Замедление спроса на продукцию	Спрос на продукцию во многом зависит как от качественной составляющей, так и социального фактора, который и определяет и формирует спрос.
5. Угроза продуктов-заменителей	Лояльность потребителей к торговой марке.	Лояльность потребителей зависит от отношения клиента к сервису. Отрасли присущ оценочно – рациональный тип модели, построенный на склонности переоценивать возможности, исходя из критериев: цена, качество, сервис.
	Попытки улучшить положение на рынке за счет расширения географии	Улучшение положения связано с выходом сервиса в новые регионы. Здесь инструментом реализации является анализ рынка отрасли на том или ином территориальном пространстве, например посредством портфельного анализа.
	Различия между конкурентами	Различия проявляются в конкурентных преимуществах, которые носят индивидуальный характер
Соперничество компаний лояльное и напрямую зависит от стратегической направленности сервиса. Важны инновации в продуктах, продвижении, сервисе, доставке.		
Угроза замещающих товаров не стоит остро, так как чем больше товар обладает уникальными свойствами, тем больше вероятность, что клиент заинтересуется его составляющей особенностью. Поэтому говорить о полной замене дорогостоящих или редких продуктов нельзя. Основным вариантом замены для данной индустрии являются супермаркеты и рестораны.		

На основе проведенного анализа конкурентных сил сделан вывод о том, что наиболее значимой их них является конкуренция внутри отрасли. Среди важных факторов, позволяющих сформировать спрос и привлечь новые инвестиции, выступает экономическая и социальная сферы [1].

Для определения ближайших конкурентов построена карта стратегических группировок. При построения карты выбраны параметры: «цена-качество-имидж» и «географическая характеристика рынка». На карте представлены основные компании: «Едим дома», «Шеф-маркет», «Барбарум», «Sunnyfruit» и «ТАТИм на дом» (рис.2).

высокий

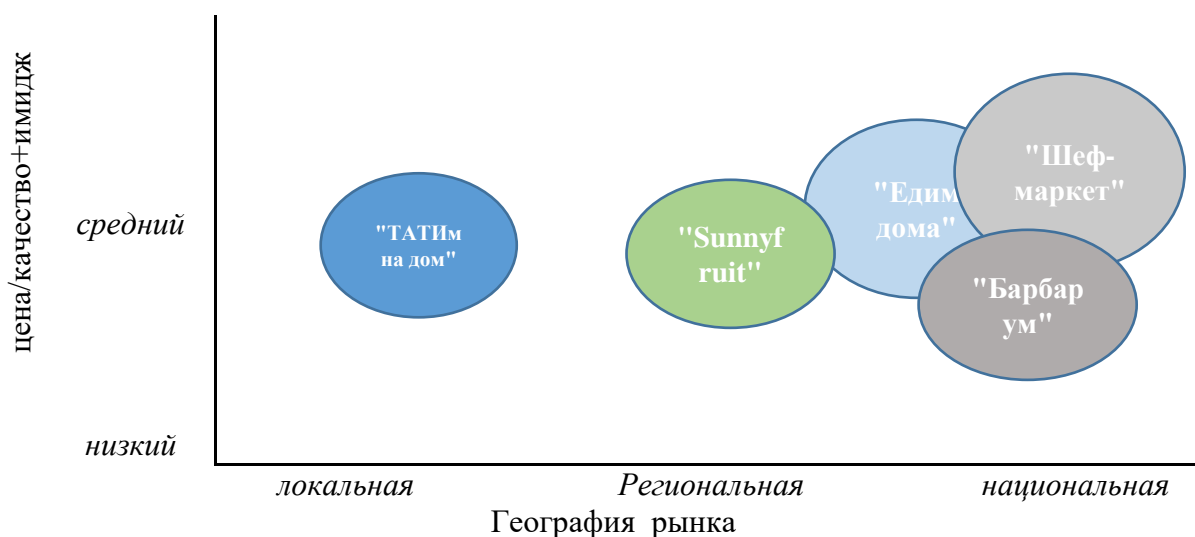


Рис.1. Карта стратегической группировки

Анализируя полученную карту стратегических групп можно сделать следующий вывод: все рассматриваемые компании находятся приблизительно на одном уровне, которому присуще высокое качество при относительно низкой цене, однако, отличия конкурентов заключаются в их территориальной принадлежности (масштабе). Большинство сервисов локализованы в Московской и Ленинградской областях. Таким образом, с точки зрения влияния конкурентов на деятельность анализируемой компании следует учитывать всех представленных конкурентов и опираться на их стратегические перспективы. С этой целью далее был проведен анализ возможных действий конкурентов: отслеживалось поведение конкурентов, определялись их текущие и будущие действия. Опираясь на карту стратегической группировки, можно заметить, что компания «Шефмаркет» по отношению к другим сервисам имеет большой диапазон клиентской базы. В начале 2016 года планирует расширяться географически и в данный момент начала сотрудничество с телевизионными программами, что увеличивает доверие клиентов и позволяет привлекать новых.

Завершающий этап представляет собой определение ключевых факторов конкурентного успеха. Рассматривая каждый из них, в целом можно сложить некую картину, которая будет характеризовать рассматриваемую food-индустрию [1]. Отрасль имеет сильную маркетинговую составляющую и технологические заделы, за счет чего каждый сервис обладает своими конкурентными преимуществами и может успешно работать на данном рынке. В маркетинге ключевым успехом выступает: «правильная» реклама, дифференцирующая компании в нужных каналах распределения. В технологиях сильным звеном выступают инновации, связанные с доставкой продукции, что по отношению к конкурентам позволяет занимать выигрышное положение. Немало важным фактором, так же выступает производство, которое гарантирует низкие

затраты складских и кухонных помещений. Вся продукция сервиса сертифицирована, за счет чего доверие потребителей практически не меняется. Факторы, в сфере квалификации позволяют поварскому составу разрабатывать и выводить на рынок новые продукты благодаря последним ноу-хау в контроле качества [2].

Таким образом, несмотря на большую требовательность к food-индустрии в сфере качества и нестабильное экономическое время, отрасль остается привлекательной для создания нового бизнеса. Важнейшими факторами влияния микросреды выступает социум и экономика. Анализируемая компания занимает достаточно выигрышное положение на локальном масштабе, что позволяет отслеживать инновации более крупных гигантов на другом географическом пространстве. Исходя из представленной расстановки сил на рынке, наибольшую опасность составляют местные рестораны и супермаркеты, как варианты «услуг-заменителей». Однако, отличительное преимущество, которое заключается в предоставлении рецепта, позволит привлекать клиентов и упрощать их повседневную жизнь.

Использованные источники:

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент // Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.
2. Новичкова Л. М. Инструменты стратегического анализа компании // Молодой ученый. — 2015. — №21.1. — С. 56-60.

*Арутюнян М. Р.
студент 3 курса
Арутюнян Л. Р.
студент 3 курса
Сорокина Ю.В.
ассистент
кафедра «Сервис»*

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ ГОРОДА ШАХТЫ

Аннотация: В данной статье рассматриваются методы анализа конкурентной среды и выбор стратегии деятельности. Проанализирована конкурентная среда на рынке недвижимости города Шахты на основе потребительской популярности. В статье выявлены основные преимущества лидирующих агентств недвижимости.

Ключевые слова: агентство недвижимости, анализ, стратегия развития, конкурентоспособность.

Конкуренция – это неотъемлемое свойство рынка и обязательное условие его эффективного функционирования. Чем активнее конкуренция и чем лучше условия для ее проявления, тем более совершенным является рынок.

В экономике под конкуренцией обычно понимается соперничество между отдельными компаниями в определенной сфере деятельности (конкурентами), которые заинтересованы в максимизации прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя. Конкурент – это противник, а противника всегда надо знать в лицо. Поэтому при выборе стратегии деятельности и развития любого предприятия необходим анализ конкурентов предприятия [1].

В наше время существуют множество различных методов анализа конкурентной среды, которые широко применяются различными компаниями во всех уголках мира. Наиболее популярные методы, которые уже можно отнести к категории «классических» активно применяются в современных компаниях мира и не теряют свою популярность. В первую очередь применяется метод отраслевого анализа. Он подразумевает собой структурированный анализ и обзор какой-либо отрасли, который характеризует ее отличительные признаки и участников. Основной целью данного анализа является выявление конкурентных преимуществ, потенциала прибыльности отрасли, факторов повышения и сокращения прибыльности.

За последние несколько лет поменялся как сам рынок, так и его анализ. Он стал проводиться намного профессиональнее, чем до этого.

Анализ рынка недвижимости включает в себя оценку различных рыночных сегментов, изучение соотношений спроса и предложений, перспективы их применения [2].

Анализ цен на недвижимость – важная деятельность, ведь исследуя и анализируя цены на квадратные метры, можно спрогнозировать, будет ли в дальнейшем наблюдаться взлет стоимости или, наоборот, падение. Правда в условиях современного рынка прогнозирование несет скорее характер экспертного предсказания, т.е. ведется оценка факторов текущих и на перспективу, а также попытка понять, какое влияние они будут оказывать на рынок в ближайшее время.

Кроме того, анализ рынка нужен и для видения изменений в данном секторе, перспективы развития, повышения конкурентоспособности агентства. Специалисты, владеющие самыми последними аналитическими и статистическими данными, более внятно и доходчиво могут объяснить клиенту о ситуации на рынке.

Необходимость проведения анализа рынка коммерческой недвижимости на этапе принятия инвестиционного решения не вызывает сомнений. Тщательное изучение таких факторов как месторасположение объекта, уровень цен на недвижимость в выбранных районах, особенностей

налогообложения и тонкостей законодательства позволит определить целесообразность и экономическую выгоду финансовых вложений в недвижимость. Таким образом, грамотно проведенный анализ рынка коммерческой недвижимости способствует выявлению потенциала выбранного объекта, раскрывая который, вы сможете получить выгоду от своих [3].

Проведем анализ конкурентной среды на рынке недвижимости на примере города Шахты. В настоящее время в городе существуют двадцать две компании. Лидирующими среди них являются:

- «Шахтинский мир»;
- «ВЕТА»;
- «БАГМАТ»;
- «Алина»;
- «РИЭЛТИ»;
- «Альфа – Дон».

На диаграмме показана статистика пользования услугами данных агентств недвижимости за последний год (рис. 1):

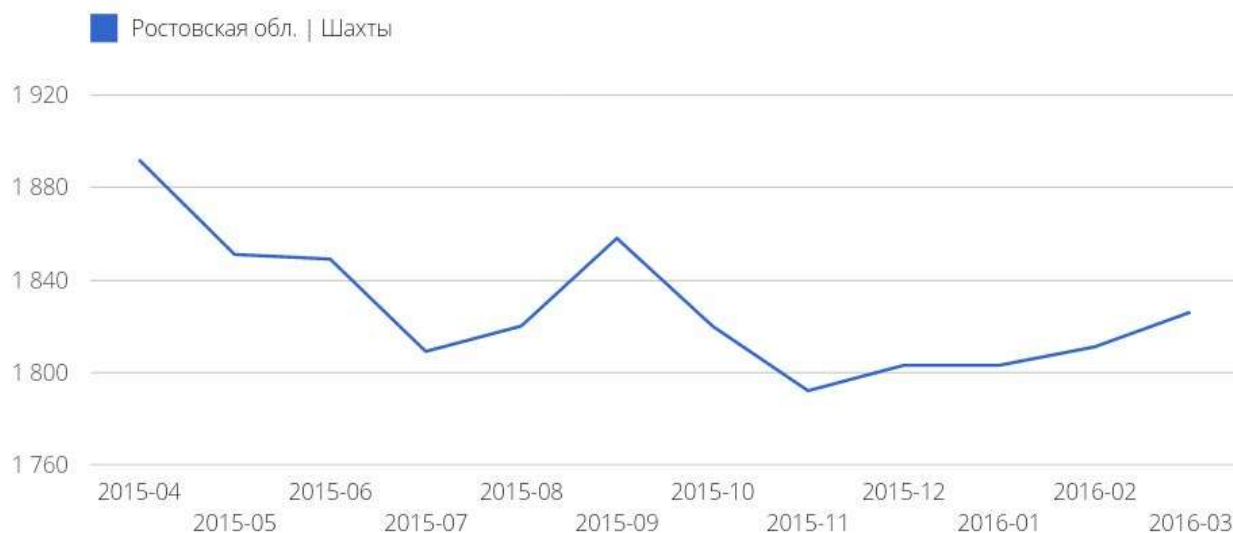


Рисунок 1 – Статистика пользования услугами агентств недвижимости

Был произведен анализ на основе потребительской популярности и отзывов лидирующих компаний в городе Шахты. Наибольшее количество положительных отзывов получили агентства «Шахтинский мир» и «Альфа-Дон». Агентства отличаются надежностью и высококвалифицированными специалистами. Данные компании обладают большой клиентской базой. Многие клиенты остались довольны оказанием предоставленных услуг, так как работы были выполнены в срок и без задержек. Немаловажным фактором в работе этих компаний является предоставление гарантий. Но, так же было несколько отрицательных отзывов, которые носят индивидуальный характер.

Обычно в агентствах недвижимости поступают множество жалоб. Иногда, сложно выделить какую-то основную причину, потому, что жалобы

абсолютно разные, индивидуальные. Зачастую это происходит из-за недовольства клиента оказанной ему услуги и ее стоимости. Клиентам следует изначально задавать все возникающие вопросы: о стоимости оказываемой услуги, о составляющих частях риэлтерской услуги и обо всех пунктах договора с агентством.

Формула успеха лидирующих агентств недвижимости состоит, прежде всего, в продуманной стратегии развития в сочетании со способностью предугадывать изменения рынка. Эти компании гарантируют надежность, своевременность сдачи объектов, имеется возможность привлекать к проектам лучших специалистов, использовать новейшие технологии, оборудование и материалы и идти в ногу со временем. Данные компании задают новые стандарты жилья, сочетающие высокое качество строительства с комфортной средой проживания.

Таким образом, одним из основных причин успеха компаний была и остается ориентированность на индивидуальный подход к каждому клиенту.

Использованные источники:

1. Алехина Е.С. Расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
2. Алехина Е.С., Теплинская С.И. Обоснование применения автоматизированных сервисов в оптимизации работы рынка недвижимости. В сборнике: Современное государство: проблемы социально-экономического развития Материалы IV международной научно-практической конференции. Саратов, 2014. С. 10-11.
3. Горностаева Ж.В., Чужинов П.С., Алехина Е.С. Типизация клиентов и виды их поведения в сфере риэлтерских услуг В сборнике: Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика сборник научных статей 5-й Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Горохов А.А.. Курск, 2015. С. 132-134.

*Бережа Н.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Сервис»*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования «Донской государственный
технический университет» в г. Шахты Ростовской области*

*Золотовская А.А.
студент 4 курса*

факультет «Сервис и технологии»

Россия, г. Шахты

Bereza N.V., Candidate of Economic Sciences

*Associate Professor of the «Service»
Institute of Service and entrepreneurship sphere (branch)
of federal state budgetary educational institution of higher education
«Don State Technical University» in the Rostov region
Russia, Shakhty
Zolotovskaya A.A. student
4th course, faculty «Service and technologies»
Russia, Shakhty*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ И УРОВНЯ СЕРВИСА

В статье рассматриваются основные методы оценки качества обслуживания. Представлены методы оценки качества с привлечением тайных покупателей, путем проведения опросов клиентов и книги жалоб и предложений. Кратко описываются методика проведения, преимущества и недостатки каждого метода.

Ключевые слова: качество обслуживания, предприятия питания, опрос клиентов, тайный покупатель.

ASSESSMENT OF QUALITY OF SERVICE AND LEVEL OF SERVICE

In article the main methods of an assessment of quality of service are considered. Quality assessment methods with attraction of mystery shopping, by carrying out polls of clients and the complaint book are presented. The technique of carrying out, advantages and shortcomings of each method are briefly described.

Keywords: quality of service, enterprise of food, poll of clients, Mystery Shopping.

Несмотря на то, что рынок услуг питания всё больше набирает обороты, далеко не везде существует качественное обслуживание. В то же время постоянно растёт число предприятий питания, которые следят за своим уровнем сервиса, внедряют методы по оценке удовлетворенности клиентов своими услугами.

Необходимо рассмотреть основные наиболее популярные методы оценки уровня обслуживания, такие как: тайный покупатель, проведение опросов и оценка жалоб и предложений.

1. Mystery Shopping или тайный покупатель – проверяет обслуживающий и вспомогательный персонал, стандарты, порядок, оформление на соответствие тем стандартам, которые сеть или бренд установили для себя как норму.

Следует понимать, что тайный покупатель – это специальный подготовленный оценщик, и предприятию общественного питания важнее получить объективную оценку происходящего, нежели его мнение. Единица анализа – конкретная сервисная точка и все, что в ней происходит, это

важная информация для ресторана: что работает хорошо, а какие моменты все-таки нуждаются в доработке.

В mystery shopping используют три источника стандартов:

- внутренние стандарты компании, которые она выработала;
- best practice: отраслевой зарубежный опыт;
- результаты исследований клиентов: интервью, фокус-группы.

Цель этого – выяснить у клиента, что для него важно в сервисе, чтобы потом заложить эти параметры в оценку удовлетворенности.

Данный метод оценки только начинает распространяться на российском рынке, вакансии тайных покупателей открывают в основном крупные сетевые предприятия. Качество обслуживания – эфемерная субстанция, очень тяжело уловить и выявить плюсы и минусы, ведь оно вызывает эмоции. В тоже время при использовании данного метода можно выделить проблемные области и сразу внести конкретные изменения в обслуживание, прописать программу действий.

К недостаткам этого метода можно отнести то, что не всегда стандарты, которые заложены в чек-лист тайному покупателю, соответствуют тенденциям отрасли, в котором работает предприятие общественного питания, и так же важны для потенциальных клиентов, как и для самого предприятия.

2. Проведение опросов потребителей – один из самых известных методов исследований удовлетворенности клиента на российском рынке. Главная его цель – получение количественной информации, выраженной в баллах и процентах, об уровне удовлетворенности клиентов во взаимодействии с определенным предприятием питания.

Сведения, интересующие компанию, получают непосредственно от клиента из личных опросов, анкетирования и телефонных опросов. Для проведения опросов используются различные методологические основы (метод балльных оценок, метод суммы мест, построение профилей оценок, а также расчет различных индексов и показателей, таких как CSI - customer satisfaction index). Анкетирование может состоять из множества вариантов разных опросников, но обычно придерживаются традиционных маркетинговых составляющих, всем известным как «пять Р»:

1. Product – в этом блоке происходит оценка отношения клиента к параметрам качества продукта или услуги, которую производит компания.

2. People – оценивается непосредственно обслуживание персонала, взаимодействие клиента.

3. Process – включает оценку таких стандартов, как скорость и правильность обслуживания на кассе, способы оплаты, обслуживание по дисконтным картам, заказ через интернет, и т.д.

4. Promotion – оценка проявления маркетинговой активности

компаний и предприятий общественного питания.

5. Price – проверка восприятия клиентом цены в сопоставлении с другими блоками.

К преимуществам данного метода стоит отнести то, что вся информация исходит непосредственно от клиента, так же это количественное исследование, имеющее определенную статистическую значимость.

К недостаткам относится ограниченная возможность получить развернутую информацию по каждому критерию. Ведь необходимо сформулировать вопросы анкеты так, чтобы в итоге за 5-15 минут получить нужную информацию о своей компании. К тому же не всегда клиент может четко аргументировать свое мнение: часто трудно сказать, что понравилось, а что нет. Это, в свою очередь, влияет на составление развернутого руководства к действию.

3. Оценка жалоб и предложений – еще один из известных способов сбора информации о качестве обслуживания. Он состоит в организации каналов связи от клиентов, таких как телефоны горячей линии, специальные адреса почты, бумажная или электронная «Книга жалоб и предложений». Предприятия общественного питания в данном случае предоставляют клиентам возможность быть услышанными по их собственному желанию, из-за этого такой метод называют пассивным.

Из преимуществ можно выделить низкие затраты, реальную оценку от клиентов в данный промежуток времени, возможность быстро снять негатив путем реакции компании на жалобу. Ведь если компания быстро устранила сложившуюся проблему, это может в дальнейшем привлечь клиента намного больше, чем просто хороший уровень обслуживания.

К недостаткам относится отсутствие системности сбора информации. Так как инициатива принадлежит клиенту, число полученных отзывов не может контролироваться компанией.

Все эти методы оценки качества обслуживания работают на одну цель – повысить уровень обслуживания. Так как они дополняют друг друга по характеру информации, то с правильно выработанной стратегией, можно значительно поднять уровень сервиса на российском рынке.

Использованные источники:

1. Голубков, И. П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика: учеб. пособие / И. П. Голубков. – М. : ИНФРА - М, 2013. – 416 с.
2. Сухова, С. В. Основы маркетинга: учебник / С. В. Сухова. – М. : Дашков и К, 2013. – 224 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : ИД «Вильямс», 2012. – 576 с.
4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов. – М. : Колос, 2014. – 520 с.

*Бормотова Е.О.
студент*

*Воронина Е.В.
магистрант*

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ИМИДЖ РИЭЛТОРА КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ФИРМЫ

Аннотация. В статье рассматриваются основные составляющие правильного имиджа риэлтора. Определяются компоненты деловой этики риэлтора и корпоративной этики организации.

Ключевые слова: имидж, риэлтор, манеры, успех, деловой этикет.

THE IMAGE OF REALTOR AS A COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE FIRM

Abstract. The article discusses the basic components of the right image of the realtor. Identifies components of business ethics realtor and corporate ethics of the organization.

Keywords: image, realtor, manners, success, business etiquette.

Имидж сотрудников – важный ресурс компании, поэтому в современном мире именно деловой этикет давно стал критерием успеха и процветания организации.

На сегодняшний день, компетентность и знания в своей сфере деятельности – это необходимые условия успеха, но этого недостаточно, если к ним не присоединить манеры. Поэтому, в последнее время многие преуспевающие компании уделяют все больше внимания соблюдению корпоративной этики.

Сотрудник – это представитель компании, носитель ее имиджа. И, соответственно, важным преимуществом становятся не только интеллектуальные знания, образование и опыт работника, сколько умение расположить к себе клиента. Один из способов сделать это – это иметь безупречные деловые манеры, грамотную речь, дресс-код и умение преподнести себя. В данном случае к внешнему образу необходимо добавить искусство делового общения, хорошего вкуса и стиля, а так же высокие профессиональные знания и деловой этикет [2].

В особенности данные факторы относятся к профессиям, которые предполагают активное общение с людьми, к ним можно отнести и профессию агента по недвижимости. Будем откровенны, в нашей стране к профессии «риэлтор» относятся с недоверием, их труд не замечают. Многие считают, что работа риэлтора проста и незначительна. Возможно это от того, что труд агента по недвижимости скрыт от посторонних глаз. Ведь

получатель услуги не видит, какая работа проделана риэлтором, сколько времени и усилий потрачено на самом деле.

Так каков же имидж агента по недвижимости? Специфика работы риэлтора состоит в постоянном контакте с людьми, поэтому ему необходимо произвести хорошее впечатление на клиента. Для этого нужно правильно подать себя: приятный голос, приветливая улыбка, грамотная речь и стильная, опрятная одежда. Еще одна немаловажная деталь в создании имиджа риэлтора – это компетентность и высокий уровень знаний. Поэтому риэлтору, как и любому другому специалисту, обязательно необходимо работать над собственным имиджем [1].

Обращаясь к агенту по недвижимости, люди надеются получить квалифицированную помощь специалиста, обладающего определенными навыками в этой области, имеющего опыт переговоров, знающего законодательство, то есть внушающего им доверие. И если риэлтор понравился клиенту, и он запомнил его, то клиент вернется и порекомендует его друзьям и знакомым. Агенту по недвижимости обязательно нужен свой собственный имидж, он помогает в работе с клиентами. Сначала ты работаешь на имидж, потом имидж работает на тебя [3]. Чем увереннее чувствует себя риэлтор, тем сильнее эта уверенность передается клиентам, и они уже не смогут выкинуть визитку такого специалиста.

Подводя итог, нужно отметить, что профессию «риэлтор» можно сравнить с профессией продавца и имидж должен быть соответствующим. Агент по недвижимости может управлять сознанием покупателя и в этом ему, безусловно, помогает правильно выбранный образ.

Использованные источники:

1. Горностаева Ж.В., Чужинев П.С., Алехина Е.С. Типизация клиентов и виды их поведения в сфере риэлтерских услуг В сборнике: Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика сборник научных статей 5-й Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Горохов А.А.. Курск, 2015. С. 132-134.
2. Профессиональный сайт о недвижимости RegionalRealty.ru. Как риэлтору найти свой имидж [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://regionalrealty.ru/library/kak-rieltoru-nayti-svooy-imidzh/> (дата обращения 04.03.2016).
3. Официальный бизнес-портал Деловой квартал (деловая энциклопедия DK.RU) [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://rostov.dk.ru/wiki/> (дата обращения 01.03.2016).

*Бурякова О.С., к.ф.н.
доцент, зам. зав. кафедры «Информатика»
Шабельник Л.С.
студент 3 курса*

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ В ИТ-СТРУКТУРЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Аннотация

В данной статье автор поднимает проблему инноваций и инновационных процессов, их цель, представление инноваций и их свойства в сфере услуг. Рассматривается пример инновационного продукта, созданного японскими специалистами, а именно сканера для ноутбуков, планшетов, а в будущем смартфонов, который сканирует кровеносные сосуды в ладони пользователя, тем самым делая работу более безопасной. В конце работы автор объясняет связь инновационных процессов в ИТ-структурах и сферы услуг.

Ключевые слова

Сфера услуг, информация, инновация, информационные технологии, экономика.

Как таковой термин «инновация» в научных исследованиях появился в XIX веке, но новую жизнь ему придали в своих работах ученые XX века.

Й. Шумпетер ввел это понятие в экономику в результате анализа «инновационных комбинаций». Под определением «инновация» он понимал новую комбинацию производственных факторов, мотивированную предпринимательским духом. В общей трактовке это определение звучит как какое-либо внедренное новшество, которое обеспечивает качественный рост эффективности процессов или продукции, а также повышает уровень конкурентоспособности предприятия, в случае если результат инновационной деятельности превышает результат лучшего «игрока» на рынке [3].

Инновационная деятельность может распространяться на новый продукт или же услугу, способ производства того или иного, а также распространяется на различные сферы деятельности: экономическую, научно-исследовательскую, промышленную и т.д. Для специалистов и простых обывателей важно отличать понятие инновации от новшества (изобретения) и не смешивать их. Разница в том, что новшество это только идея, прототип нового продукта или услуги, оно не превратиться в инновацию до тех пор, пока не достигнет рынка. Прежде всего, имеет место важность умения отличать инновации от несущественных преобразований в продуктах и технологических процессах, например, эстетические изменения – цвет, форма и т.п., какие-либо незначительные технические или внешние изменения в продуктах или входящих в них компонентов. Например, переход от кнопочных телефонов к смартфонам, сама идея создания сенсорной панели является новшеством, а когда первые смартфоны появились на рынке и начали приносить прибыль инноваторам, то вот

именно сам этот готовый продукт можно назвать инновацией [4].

Любые инновации можно разделить на успешные и неудачные, благодаря первым, предприятиями достигается объем продаж, который позволяет окупить все издержки, связанные с внедрением нового технологического решения. А результатом вторых является невозможность окупить производственные капиталовложения. Удачными инновациями, которые окупили полностью все издержки на разработку и выпуск, можно назвать выпуск смартфонов с сенсорным дисплеем на смену кнопочных телефонов. Примером неудачной инновации может послужить зубная паста марки «Dr. Care», которую производители решили выпускать в аэрозольном баллончике.

Любые инновационные процессы во всех своих проявлениях связаны с деятельностью индивидуумов, которые отличаются некими психологическими особенностями и руководствуются волей к самоутверждению, победе и доказательству своего превосходства. Поддержка инноватики, как метода увеличения прибыли, конкурентоспособности предприятия указывает на грамотный подход руководства к повышению рентабельности своего дела.

В современном обществе довольно часто можно услышать такое словосочетание, как «инновации в сфере услуг». Данное выражение возникает в условиях быстро растущего влияния сервиса в экономиках ведущих мировых держав. Исходя из этого исследователи, занимающиеся проблемой роста сферы услуг, разделили инновации в данной области на два вида, а именно:

- инновации, которые улучшают состояние данной отрасли, эти улучшения, как правило, планируются и направлены на совершенствование одного или же нескольких критических показателей эффективности. Например, включение в список, предоставляемых услуг салоном красоты, компьютерного моделирования прически приводят к увеличению выручки;

- инновации, улучшающие состояние смежных отраслей. В этом случае данные улучшения направлены на решение определенных задач, но в процессе могут возникнуть альтернативные методы использования данных инноваций. Примерами таких альтернатив являются технологии оборонной промышленности, используемых в гражданских целях [2].

Если внимательно наблюдать за ходом инноваций, то можно заметить, что грань между технологиями, на базе которых построены продукты, и услугами, которые оказывают на основе этих продуктов, фактически исчезла. Данный процесс является обыденным для инноваций в сфере услуг. Изучение данной проблемы порождает вопросы о том, как же все-таки связаны инновации в IT-структуре и сервис. Услуги информационного характера, так или иначе, присутствуют в сферах бизнеса, медицине они неотъемлемая часть информационного общества, где объектом труда является информация, а продуктом производства является услуга. Т.к.

инновации в IT-структуре неразрывно связаны с компьютерными технологиями, то можно сделать вывод, что продукты инновационной деятельности значительно упростят работу сотрудников различных предприятий и компаний.

Например, инновация, предложенная японскими инженерами из компании «Fujitsu», напрямую относится к миру компьютерных технологий и естественно будет использована для производства и поставки услуг информационного и иного характера.

Сотрудники дайной компании создали сканеры для отпечатков пальцев, данное новшество многие производители смартфонов восприняли как новый тренд. Но производители продукта пошли еще дальше в своей работе и продемонстрировали публике ноутбук со сканером ладони. Датчик, который расположен в ноутбуке, не сканирует рисунок на ладони человека, а применяет излучение. Это излучение находится в диапазоне, близком к инфракрасному свету и распознает пользователя по схеме кровеносных сосудов в ладони. Метод распознавания кровеносных сосудов актуален, так как расположение сосудов у всех людей индивидуально, поэтому представители компании «Fujitsu» считают, что это более надежно и точно, чем использование отпечатков. Кроме того, разработчики добились того, что их технология не может распознать кровеносные сосуды с «мертвой» руки, для запуска нужна именно «живая» рука пользователя [1].

Таким образом, можно сказать, что инновационная деятельность является неотъемлемой частью современного, изменчивого общества. Растет конкурентная среда на рынке, а, следовательно, среди бизнесменов идет борьба за необходимый им сегмент. Для этого руководители предприятий стремятся усовершенствовать свой продукт, создать некое новшество, которое, впоследствии, либо станет инновацией, если принесет прибыль и окупит все издержки, либо принесет компании убыток и останется лишь идеей. На примере разработки компании «Fujitsu», которая создала продукт, который по своей сути может значительно упростить работу сотрудников предприятий и компаний, очевидно, что данная инновация также позволит, усилить меры безопасности в любой сфере деятельности.

Использованные источники:

1. IT-инновации [Электронный ресурс] URL: <http://www.innoros.ru/news/tags/innovatsii-v-it> (дата обращения 26.02.16)
2. Инновации в сфере услуг [Электронный ресурс] URL: <http://www.kraynov.com/2010/11/28/innovation-2-innovation-in-services/> (дата обращения 26.02.16)
3. Основные положения теории инноваций Й. Шумпетера [Электронный ресурс] URL: http://studme.org/44986/investirovanie/osnovnye_polozeniya_teorii_innovatsiy_shumpetera (дата обращения 04.03.16)
4. Инновационная деятельность. Новшество. Инновации [Электронный

Буряков С.А., к.э.н.

доцент

Мишина Е.Б.

студент 4 курса

Алехина Е.С.

магистрант 2 курса

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ*

Россия, г. Шахты

СЕРВИСНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ НЕКОММЕРЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Аннотация. В статье раскрывается значимость сервисно-ориентированного подхода в развитии некоммерческого маркетинга предприятия, приводятся некоторые особенности использования сервисного подхода.

Ключевые слова. Маркетинг, некоммерческий маркетинг, сервисно-ориентированный подход, потребности, клиент, управление предприятием.

Возможность использования принципов маркетинга в некоммерческих сферах человеческой деятельности большинство экономистов и маркетологов отрицает. Хотя, еще в 1969 году, известный профессор международного маркетинга Филип Котлер заметил в одной из своих работ о том, что маркетинг как общественная деятельность давно вышел за рамки продаж стали и бытовой химии. Принципы маркетинга применяются во многих сферах человеческой жизни. Одним из эффективных видов развития предприятия является некоммерческий маркетинг.

Некоммерческий маркетинг — это вид маркетинга, которым занимаются организации или отдельные лица, действующие в общественных интересах и выступающие за какую-либо идею без цели получить финансовую прибыль [1].

Потребители обладают правом выбора в использовании услуг той или иной организации. Организации, которые между собой являются конкурентами, выдвигают предложения с разными преимуществами. Потребители, в свою очередь, могут выбирать предложения, соответствующие их критериям и отсеивать неудовлетворяющие их.

Деятельность некоммерческого маркетинга связана с товарами и услугами, организациями, идеями и территориями. Особо важным является то, что в сферу обслуживания некоммерческих организаций входят экономически невыгодные сегменты рынка, поскольку это даёт неоспоримые преимущества коммерческим фирмам, которые смогут

сконцентрироваться на сегментах рынка, приносящих ощутимую прибыль.

Некоммерческий маркетинг преследует довольно-таки сложные цели, поскольку его работа не измеряется только финансами. Успех компании может определяться как прибылью, так и потерей, что еще раз доказывает о необходимости использования некоммерческого маркетинга.

Клиентами некоммерческих организаций являются потребители и лица, финансирующие проекты, которыми могут выступать спонсоры или органы власти. Для того, что бы их удержать, необходимо использовать все принципы и методы сервисной составляющей.

Институциональный или некоммерческий маркетинг, это «продажа» организациями своих услуг, товаров. Подобная деятельность призвана создавать нужную профессиональную активность в сфере сервиса, или поддерживать позиции и отношения целевой аудитории к организации или ее деятельности. Как известно, ни одна общественно полезная деятельность долго не продержится без финансовой поддержки. Однако, прибегая к особым принципам маркетинга и сервиса, можно сформировать у клиента благоприятный имидж, общественное мнение об организации, и, как следствие, рассчитывать на повышенное бюджетное обеспечение [1].

Для управления маркетингом на уровне общественно полезной деятельности организациям сферы сервиса необходимо знать психологическое состояние, потребности и нужды, предпочтения и вкусы своей целевой аудитории.

Различные институциональные учреждения, имеющие общественную значимость и широкий охват общественности и целевых аудиторий, такие как церкви, секты, конфессиональные учреждения, детские фонды, фонды милосердия и другие благотворительные организации относятся к некоммерческим учреждениям. Так же государственные и муниципальные организации, которые обеспечивают более существенные общественные потребности, такие как учебные заведения, больницы и санатории, полиция и другие службы государственной безопасности, пожарные службы и автоинспекция, относятся к некоммерческим организациям.

При разработке и постановке целей и задач функционирования, ни одна из общественных организаций не предусматривает коммерческой выгоды или извлечение прибыли. Все они создаются и существуют для оказания помощи и поддержки всех своих последователей или приверженцев в соответствии с регламентом своей деятельности и законами. Обеспечение нормальных условий существования и поддержка активности организации осуществляется за счет поддержки со стороны налогоплательщиков. В данных организациях денежные средства выступают только средством выполнения поставленных задач и жизнеобеспечение самой организации.

Зависимость эффективности деятельности общественных организаций от размера их бюджета неоспорима. Членские взносы, сборы на

мероприятиях, налоговые поступления, часто собранных денежных средств оказывается недостаточно для выживания и нормального функционирования организации. В таких случаях, использование маркетинговых принципов и сервисно-ориентированного подхода ведет к положительной динамике роста приверженцев и сочувствующих, к получению государственных субсидий и льгот, а также помощь в работе на общественных безвозмездных началах.

Целями некоммерческого маркетинга становится создание имиджа отдельной личности, продвижение индивидуальной программы или идеи. Это возможно на основе сервисно-ориентированного подхода. Таким образом, можно сказать, что сервисно-ориентированный подход может выступать как основа некоммерческого маркетинга. Суть сервисно-ориентированного подхода сводится к тому, что это есть концепция, рассчитанная и сфокусированная на клиентов предприятия.

Сервисно-ориентированный подход как фактор развития некоммерческого маркетинга имеет ряд особенностей:

- понимание потребностей заказчиков услуг в общественных интересах;
- мониторинг уровня удовлетворенности услуг;
- регулярный обмен мнениями с клиентами, заказчиками;
- четко фиксированные ценности компании и их достижение;
- создание системы контроля и системы ограничения ожидания.

Использованные источники:

1. Разумовская А.Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика / Анна Разумовская, Валентин Янченко.-М.: Вершина, 2014.-496с.

*Воронина Е.В.
магистрант
Береза Н.В., к.э.н.
доцент*

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: В данной статье исследована динамика предложения на рынке жилой недвижимости в Ростовской области. Проведен обзор тенденций развития рынка первичной и вторичной недвижимости. Определены перспективы застройщиков по строительству жилой недвижимости.

Ключевые слова: рынок недвижимости; жилищная недвижимость; объем

ввода; спрос; динамика; первичная недвижимость; вторичная недвижимость.

THE STUDY OF REAL ESTATE MARKET IN THE ROSTOV REGION

Abstract: this article studies the dynamics of offers on the residential real estate market in the Rostov region. A review of development trends of primary and secondary market of real estate. The prospects of developers for construction of residential property.

Key words: property market; residential property; amount; demand; dynamics; primary properties; secondary properties.

Рынок недвижимости – динамично развивающийся сектор экономики, являющийся сложной системой, функционирование которой обеспечивается многими элементами и подсистемами. К тому же он находится в постоянном развитии. Особенности рынка недвижимости обусловлены спецификой обращающегося на этом рынке товара. Кроме того, рынок недвижимости подвержен влиянию других национальных и региональных рынков и должен рассматриваться с учетом влияния внешних политических, экономических, демографических, социальных и прочих факторов [4].

Согласно данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики, в Ростовской области предприятиями и организациями с учетом индивидуального жилищного строительства в январе-июне 2015 года построено 12816 квартир общей площадью 1089 тыс. кв. метров, что составило 103,7 % к соответствующему периоду прошлого года.

Основной объем введенного жилья с начала 2015 года приходится на индивидуальных застройщиков – 759,9 тыс. кв. метров, или 69,8 % от общего объема. По сравнению с январем-июнем 2014 года ввод индивидуальных жилых домов увеличился на четверть [1].

Вместе с тем, по объему ввода в действие общей площади жилых домов Ростовская область оказалась наименее динамичным субъектом ЮФО - прирост этого показателя в 1 полугодии 2015 года составил лишь 3,7%.

Таблица 1 – Ввод жилой недвижимости в 1 полугодии 2015 г. в городах Ростовской области

Города с высокими темпами ввода жилой недвижимости в 1 полугодии 2015 г.	Города, снизившие объем ввода жилой недвижимости в 1 полугодии 2015 г.
Азов Батайск Зверево Новочеркасск Новошахтинск	Донецк Каменск

Предприятия и организации по итогам января-июня 2015 года снизили

темпы ввода жилых домов по сравнению с соответствующим периодом прошлого года на 25,6 %, ими с начала 2015 года построены жилые дома общей площадью 329,1 тыс.кв. метров.

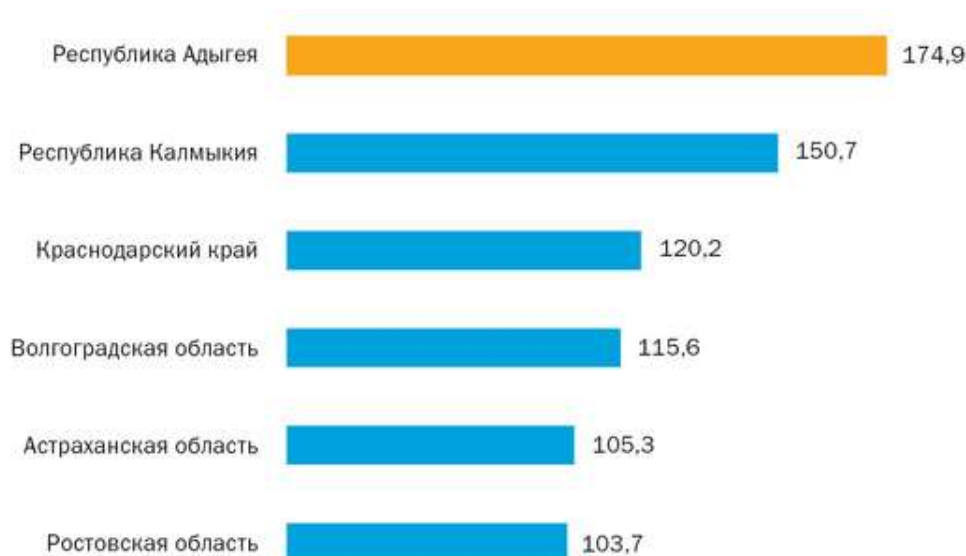


Рисунок 1 – Ростовская область – наименее динамичный субъект ЮФО по вводу жилой недвижимости в 1 полугодии 2015 г., % к январю-июню 2014 г. [1]

На сегодняшний день спрос на жилую недвижимость в городах-миллионниках обусловлен множеством факторов как внутренней, так и внешней среды.

Помимо общеэкономических показателей платежеспособности населения, уровня удовлетворенности гражданами жилищными условиями, наличием разных вариантов предложения, целевой аудиторией и участниками процесса покупки/продажи жилья является практически все население любого города.

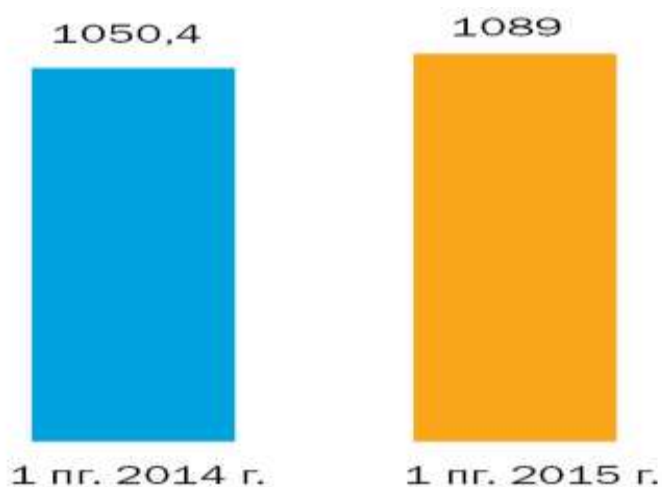


Рисунок 2 – Динамика ввода в действие жилых домов в Ростовской области, тыс.кв.м. [1]

На 3,7 % увеличился объем ввода жилой недвижимости. Именно поэтому множество строительных и инвестиционных компаний предлагают абсолютно не похожие друг на друга жилые комплексы. Определяющим фактором для одних людей становится геолокация объекта, для других - комплекс дополнительных услуг, который они получают вместе с новой квартирой, либо инфраструктура, класс жилья и прочее. Все это говорит о нестабильности спроса.

Нестабильность экономических условий, появление более дешевых строительных материалов (или, наоборот, удорожание качественных импортных) не всегда позволяет сделать долгосрочный прогноз развития ситуации. Что развивается быстрее: спрос или предложение на рынке недвижимости, сказать сложно. На сегодняшний день квартиры в новостройках могут быть раскуплены еще до ввода объекта в эксплуатацию.

Согласно данным аналитического учета, стоимость квадратного метра 2-комнатной квартиры в новостройках в центре Ростова за период с июля 2014 года по июль 2015 года выросла на 3 тыс. руб. и на сегодняшний день составляет в среднем 65 тыс. рублей (стоимость объектов в среднем увеличилась на 224 тыс. руб.). Стоит отметить, что с февраля наблюдалась тенденция к снижению цены, однако в июне 2015 года цены снова стали расти. Такая же тенденция наблюдается в сегменте 1-комнатных квартир, где по итогам июня цена кв. м. достигла своего пикового за год значения в 68 тыс. руб. (такой же скачок наблюдался и в феврале 2015 года). Наиболее нестабильной в настоящий момент остается динамика цен в сегменте 3-комнатных квартир - за последний год наблюдалось колебание в пределах 69-71 тыс. руб., далее к марту рынок несколько просел, а затем, стабилизировался и начал показывать уверенный рост. На сегодняшний день стоимость квадратного метра достигла уже 72 тыс. руб., что говорит о возобновившемся спросе на недвижимость в новостройках.

Рынок вторичной недвижимости развивается не так успешно. Если в начале года эксперты рынка высказывали опасения относительно снижения спроса, то к окончанию полугодия уже констатируют падение рынка. Одной из причин сложившейся ситуации называют влияние программы поддержки ипотечного кредитования, которая предусмотрена для покупки жилья в новостройках. Для сравнения, ставки ипотечного кредитования на первичное и вторичное жилье отличаются в среднем на 2,5-3% в пользу строящегося жилья. Более того, многие банки заключают соглашения с застройщиками с целью снижения ипотечных ставок, что окончательно ведет покупателей к выбору квартир в новостройках [2].

На сегодняшний день количество новостроек в Ростове и его пригородах насчитывает более 120 объектов различного класса.

Таблица 2 – Структура количества новых ЖК в Ростове-на-Дону

Район	Количество новых ЖК*, шт
Железнодорожный	14
Кировский	14
Пролетарский	14
Октябрьский	8
Советский	8
Ворошиловский	6
Ленинский	4
Первомайский	2
Суворовский	2

*срок ввода в эксплуатацию 1 кв.2014г - 4 кв.2016г.

В ответ на меняющиеся экономические условия и покупательскую способность населения застройщики переходят к строительству объектов более экономичного класса. За последние четыре года снизился и метраж строящихся квартир - с 2010 года средняя площадь квартир уменьшилась на 9%.

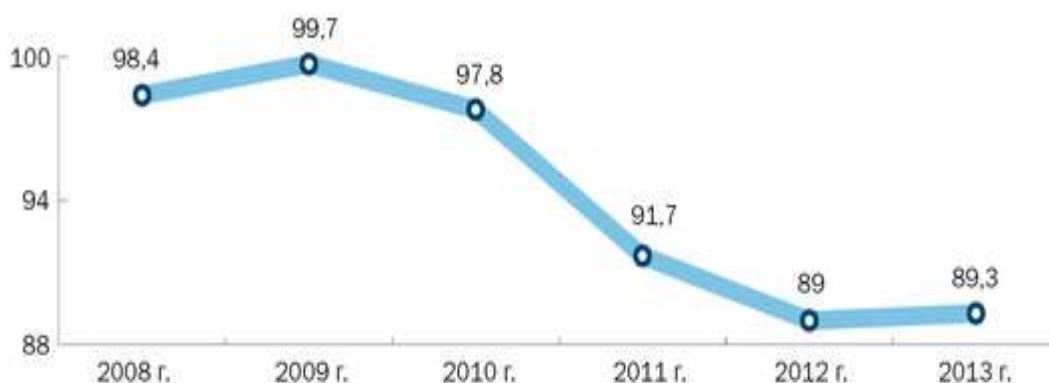


Рисунок 3 – Средний размер квартир, кв.м. общей площади [3]

Строительные компании Ростовской области, как и во многих регионах России, в 2015 году сократили затраты на возведение планируемых объектов недвижимости. В январе-июне 2015 года объем строительных работ снизился на 17% относительно прошлого года.

Сегодня сложно спрогнозировать дальнейшее развитие событий, оказывающих влияние на строительную отрасль, поэтому многие застройщики стали переходить на более дешевые строительные материалы, чтобы не нарушать сроки сдачи объектов и вместе с тем предложить покупателю более низкие цены.

В целом, адаптация рынка жилой недвижимости к внешним воздействиям ниже, чем у других рынков, то есть для рынка недвижимости

требуется больше времени для приспособления к изменившимся внешним условиям, чем другим рынкам.

По Ростовской области наблюдается снижение спроса на рынке вторичной недвижимости вне зависимости от метража и размерности квартиры. На рынке первичной недвижимости можно выявить тенденции к повышению спроса за счет улучшения планировки жилья, расширения программ сервиса кредитования, разнообразных программ государственной поддержки, комплексного подхода к проектированию новой недвижимости, а также за счет снижения цены.

Использованные источники:

1. Официальный портал Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области (Ростовстат) [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://rostov.gks.ru/> (дата обращения 15.01.2015).
2. Официальный бизнес-портал Деловой квартал (деловая энциклопедия DK.RU) [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://rostov.dk.ru/wiki/> (дата обращения 17.01.2015).
3. Профессиональный сайт о недвижимости RegionalRealty.ru. Рынок недвижимости Ростова-на-Дону 2015 [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://regionalrealty.ru/library/rynok-nedvizhimosti-rostova-na-donu/> (дата обращения 19.01.2015).
4. Персональный сайт профессора Асаула А. Н. Развитие рынка жилой недвижимости как самоорганизующейся системы [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://asaul.com/spisokpechatnihtrudov/118-monograph/302-razvitie-rynka-zhiloj-nedvizhimosti-kak-samoorganizujuwejsja-sistemy> (дата обращения 21.01.2015).

*Глаголева Л.Э., д.т.н.
профессор, декан
кафедра туризма и гостиничного дела
Коротких И.В.
соискатель
кафедра туризма и гостиничного дела
методист
факультет безотрывного образования
ФГБОУ ВО «ВГУИТ»
Россия, г. Воронеж*

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КАЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОЛУФАБРИКАТОВ ВЫСОКОЙ СТЕПЕНИ ГОТОВНОСТИ

Аннотация. Введение в рецептурно-компонентный состав творожного полуфабриката растительного комплекса зеленой гречки способствует обогащению его важными биологически активными веществами и за счет

высокой влагоудерживающей способности позволяет стабилизировать реологические свойства готового продукта и тем самым сократить время технологического процесса.

Ключевые слова: полуфабрикаты, творог, зеленая гречка, качественные показатели.

В настоящее время особое внимание уделяется инновационным подходам при создании продуктов питания, которые позволяют повысить пищевую и биологическую ценность. В связи с этим актуальным является создание специализированных продуктов сбалансированного состава, обладающих профилактической направленностью, в частности, творожных полуфабрикатов. Это может быть реализовано за счет многокомпонентности, в частности, путем комбинирования сырья животного и растительного происхождения. Дополнительное обогащение молочных продуктов добавками растительного происхождения в настоящее время получает все большее развитие.

Получение творожного полуфабриката функционального назначения включало: приготовление смеси, содержащей творог, стабилизатор, соль, сахар, замес теста, формование его в виде батончиков, нарезку на кружочки, панировку в муке, формование в виде биточков и их обжарку. В качестве растительного наполнителя использовали измельченные зерна зеленой гречки размером 0,5 – 1 мм, в качестве стабилизатора – «Витазар», в качестве разрыхлителя – пищевую соду. Полученное творожное тесто выдерживали 1,5 – 2 часа при температуре 6 – 8 °С. Применение измельченного зерна зеленой гречки обусловлено тем, что она имеет более высокую биологическую и пищевую ценность, чем коричневая гречка [1], и обладает высокой влагоудерживающей способностью [2, 3], что позволяет сократить время технологического процесса.

Введение измельченного зерна зеленой гречки в полуфабрикат уменьшает его калорийность за счет значительного содержания пищевых волокон, что важно для людей, страдающих ожирением и атеросклерозом, гипертонией и желчнокаменной болезнью. Пищевые волокна содержат значительное количество (15 – 20 %) пектиновых веществ, которые обуславливают повышенные сорбционные свойства готового продукта. Эти свойства пищевых волокон снижают в организме человека содержание ионов тяжелых металлов.

Учитывая свойства измельченного зерна зеленой гречки и консистенцию готового продукта, установлено, что тесто для полуфабриката из творога должно содержать не более 5 % измельченных зерен зеленой гречки. Именно такое их содержание позволяет получить готовый продукт с оптимальными органолептическими свойствами, обладающий выраженным лечебно-профилактическим эффектом и заданными свойствами.

Использование пищевой соды в количестве 0,2 % обусловлено

получением готового продукта с более воздушной консистенцией.

Добавление в качестве стабилизатора биологически активной добавки «Витазар» обусловлено высоким содержанием белковых веществ, микроэлементов, пищевых волокон и витамина Е. Кроме того, наличие сахарозы в составе «Витазар» позволяет исключить внесение сахара в рецептуру теста для полуфабриката.

Совместное применение измельченных зерен зеленой гречки и пищевой добавки «Витазар» не только способствует улучшению биологической и пищевой ценности готового продукта, но и за счет отдельно взятых свойств вносимых компонентов (зерно зеленой гречки – лечебно-профилактическая добавка, Витазар – стабилизатор) позволяет улучшить органолептические свойства конечного продукта.

Получение полуфабриката из творога с применением зерен зеленой гречки позволяет: придать продукту профилактическую направленность; расширить ассортимент; повысить пищевую и биологическую ценность; стабилизировать реологические свойства готового продукта.

Использованные источники:

1. ГОСТ 5550-74. Крупа гречневая. Технические условия. – М.: Изд. Стандартов. – 2003. – 6 с.
2. Глаголева, Л.Э. Исследование влияний условий процесса и свойств среды на кинетику процесса набухания хлопьев зеленой гречки/ Л.Э.Глаголева, И.В. Коротких // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2015. – № 1. – С. 134 – 137.
3. Черно Н.К. Пищевые волокна: состав, свойства, технология производства. Дис. докт. техн. наук, Одесский тех. ин-т пищ. пром-ти. Одесса. – 1990. – 502 с.

*Горбаткова А.Ф.
студент 1 курса
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ КАК СДЕРЖИВАЮЩИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СЕРВИСА

Аннотация: Данная статья посвящена проблеме информационной асимметрии на рынке. Изучены виды и типы асимметрии информации. Рассмотрен ряд экономических проблем, которые вызывает информационная асимметрия. Выявлены методы борьбы.

Ключевые слова: Информационная асимметрия, рынок, услуга, товар.

В настоящее время существует большое количество торговых предприятий, в ассортимент которых входит огромное количество

разнообразных товаров: от продуктов питания и одежды до бытовой техники. В условиях обширного ассортимента становится сложно отличить низкое качество от высокого. Зачастую, совершив какую-либо поспешную покупку, потребитель может столкнуться с товарами или услугами низкого качества. Приобретение покупки или услуги низкого качества может произойти в связи с несоответствием заявленных свойств. Такая проблема на рынке услуг носит название «асимметричность информации» или «рынок лимонов и персиков» (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Типы информационной асимметрии

Под информационной асимметричностью понимают неполноту достоверных знаний о продукции одного из участников рыночной сделки. Данный термин впервые прозвучал в научной работе Джорджа Акерлофа, которая была опубликована в 1970 году. Свою работу американский экономист посвятил асимметрии доступной информации, рассмотрев последствия ситуаций на рынке, в которых покупатель менее информирован о качестве приобретаемого товара, нежели сам продавец. Данная проблема характерна для рынка продуктов, рынка страхования, кредитов и рынка труда. Информационная асимметрия является сдерживающим фактором развития данных рынков [2].

Недостаточность информации порождает ряд экономических проблем. Наиболее значимыми являются: неблагоприятный отбор и моральный риск.

Под неблагоприятным отбором понимается ситуация на рынке, при которой из-за недостатка информации покупатель делает выбор в пользу товара или услуги с более низким качеством, оставляя качественный товар без внимания. Для совершения неверного выбора характерен ряд условий:

1) Из-за недостаточной информированностью покупатель не способен оценить качество товара или услуги, которые ему предложены.

2) Продавец не в силах оценить финансовую возможность покупателя, в связи с отсутствием полной информации о состоянии рынка.

Другими экономическими последствиями информационной асимметрии могут послужить отношения «принципал-агент». Смысл заключается в том, что «агент» выполняет какое-либо действие по поручению «принципала». Администратором выполняется поручения, поступающие от директора. Складываются ситуации, в результате которых директор не всегда может полностью быть информирован по поводу всех решений и действий, совершаемых подчинённым. Это может послужить толчком для администратора к недобросовестному поведению. Экономическим последствием данных отношений является моральный риск.

Формы информационной асимметрии, оказывающие непосредственное влияние на рынок услуг, многочисленны. Зачастую асимметрия информации становится причиной, по которой формируется рыночная «власть» продавцов. В случаях, когда покупатель не обладает полной информацией о затратах производителя и не может трезво оценить стоимость приобретаемого товара, а продавец, воспользовавшись ситуацией, устанавливает цену выше равновесной. Таким примером может стать покупка в магазине элитных аксессуаров. Совершая покупку в фирменном магазине, который пользуется популярностью, потребитель не ожидает приобрести товар или услугу низкого качества. На самом деле часто складываются ситуации, когда потребители брендовых товаров становятся жертвами мошенников. Если потребитель, не распознав подделку, приобретает «товар-клон» и разочаровывается в качестве, в связи с отсутствием необходимой информации, то оригинальная фирма рискует потерять клиента. Так как, приобретая, по его мнению, качественную продукцию по завышенной цене, покупатель на самом деле оплачивает товар низкого качества. Из этого можно сделать вывод, что информационная асимметрия становится фактором, который снижает эффективность ценовой конкуренции [1].

Был выработан ряд методов борьбы с информационной асимметрией. Наиболее эффективные методы представлены в таблице 1.

Таблица 1-Методы борьбы с информационной асимметричностью

№	Методы борьбы	Описание метода
1	Рыночные сигналы	Суть рыночных сигналов заключается в умении продавца подать правильный сигнал о качестве продукции. Если продукция качественная, то продавцу это не составит большого труда, в этом

		ему может помочь наличие свидетельств о качестве товара, сертификатов и других документов. Гарантии и поручительство могут также стать сильным рыночным сигналом. Важным остаётся репутация фирмы: её марка, фирменные знаки и т.д.
2	Аукцион	ситуация аукциона представляет собой информационную асимметрию, каждый из участников аукциона знает о стартовой цене товара, знает о своих финансовых возможностях, но ничего не знает о своих оппонентах. Но каждая сторона данного процесса обладает достаточной информацией, но не показывает этого.

Таким образом, по проведённому научному исследованию можно сделать следующие выводы. Информационная асимметрия – одна из главных проблем современного рынка. Выделяют несколько типов асимметрии информации: скрытые характеристики и скрытые действия. В результате данной проблемы может пострадать как покупатель, приобретающий некачественную продукцию, так и работодатель, нанимающий работников без качественного образования.

Для борьбы с информационной асимметрией экономисты предлагают использовать меры государственного регулирования, действия рыночных сигналов и аукционов, лицензирование, рекламу, сертификацию и прочее [3].

Использованные источники:

1. Дуванская Е.В., Лемешенко Е.В., Лемешко М.А., Горностаева Ж.В., Кузнецов А.А. влияние информационного сервиса на деятельность торговых организаций Экономика и социум. 2014. № 1-3 (10). С. 82-85.
2. Алехина Е.С. расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг. Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
3. Юрьева А.В., Горностаева Ж.В., Алехина Е.С., Кушнарера И.В., Сорокина Ю.В. сервис в анимционной индустрии Теория и практика современной науки. 2015. № 2 (2). С. 257-259.

*Горбаткова А.Ф.
студент 1 курса*

*Институт сферы обслуживания и
предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ КАК АКТИВНО РАЗВИВАЮЩИЙСЯ ВИД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: В данной статье рассматривается интернет-торговля как вид экономической деятельности. Были выяснены отличительные

особенности электронной интернет-коммерции. Выявлены преимущества и ряд недостатков. Приведена статистика покупательского спроса и объём интернет-покупок в мире. Спрогнозировано увеличение объёма интернет-торговли.

Ключевые слова: интернет-торговля, юзабилити сайта, удобство, экономическая выгода, рынок электронной коммерции.

Уровень обслуживания клиентов не стоит на месте. С каждым днём услуги развиваются и совершенствуются. Они становятся более доступными и приемлемыми для потребителей. Одним из главных качеств услуг становится удобство. Именно оно помогло созданию такой формы обслуживания как интернет-торговля.

В настоящее время интернет-торговля – это активно развивающаяся отрасль. Благодаря существованию и распространению сети Интернет перед сектором розничной торговли открывается совершенно новый рынок, который предоставляет возможность клиентам не только изучить товар (ознакомиться с его составом, свойствами и возможностями) и определить уровень качества данной продукции, но и совершить покупку при удобных для потребителя обстоятельствах.

Важным моментом является юзабилити сайта - его степень эффективности и удовлетворённости, с которой потребитель совершает определённые действия. Главная цель юзабилити сайта не привлечь внимание своей яркостью и дизайном, а удержать клиента эффективностью, удобством в использовании. Сайт в свою очередь составляет имидж фирмы. Поэтому юзабилити сайта во многом определяет популярность фирмы, спрос клиентов на её продукцию и оборот торговли в целом [1].

В данный момент на просторах интернет ресурсов существует более тысячи онлайн магазинов, которые имеют огромный ассортимент, как пищевой продукции, одежды, косметики, так и технических и бытовых приборов и многого другого. Интернет торговля на территории России не так развита, как в странах Запада, но уже в 2014 суммарный оборот всех интернет магазинов на территории нашей страны составил 612 млрд рублей. Анализ рынка электронной коммерции России позволил сделать выводы о востребованности тех или иных групп товаров в России (рис.1), позволяющая в процентном отношении определить какая продукция пользуется спросом в он-лайн магазинах чаще всего:



Рисунок.1 Покупательский спрос пользователей сети Интернет в онлайн-магазинах (выражено в процентном отношении)

В целом объём интернет-коммерции в мире выглядит следующим образом (рис.2):



Рисунок 2 - Объемы продаж Интернет-магазинов мира, трлн. долларов

По данным опроса 2014, проведенного среди интернет-пользователей, 80% когда-либо совершали интернет-покупку, а при заработной плате свыше 25 тыс. рублей - 90%. Потребители выделили ряд признаков, которые они считают основными, предпочитая совершить онлайн-покупку:

- желание приобрести товар на более выгодных условиях (скидки, меньшая стоимость);
- круглосуточная доступность;
- экономия времени;
- широкий ассортимент товаров;
- возможность ознакомиться с характеристиками товара;
- использование сопоставления цен;
- доставка на дом;

- удобство оплаты(электронных платежи, банковские карты или расчёт с курьером) [3].

Если рассмотреть интернет-торговлю с экономической точки зрения, то это достаточно выгодный бизнес. Традиционный бизнес сталкивается со многими трудностями в период беспрецедентной экономической нестабильности, а интернет-подразделения таких трудностей не испытывают.

К плюсам интернет бизнеса относится меньшее количество издержек: аренда или покупка помещения, ЖКХ, транспортные издержки, оплата труда, покупка оборудования, рентабельность интернет-магазина можно проверить быстрее, чем розничной торговой точки. Метод электронной интернет-коммерции имеет ряд преимуществ перед ее классическим аналогом:

- электронная интернет-коммерция позволяет даже самым маленьким фирмам, предприятиям выходить на различные рынки вне зависимости от их географического местоположения;

- электронная интернет-коммерция способствует повышению конкурентоспособности, посредством организации пред- и послепродажного сервиса потребителям (гибкость и мобильность торговых фирм, действующих посредством метода электронной коммерции, позволяет поддерживать эластичность спроса товаров на электронных рынках выше, чем на традиционных);

- электронная интернет-коммерция позволяет производить маркетинговый анализ потребителей, поставщиков, конкурентов товаров наименее затратно, чем при классическом методе их оценки, и автоматически предлагать, разрабатывать и производить товары, соответствующие вероятным требованиям потребителей;

- электронная интернет-коммерция повышает гибкость ведения бизнеса и обеспечивает оперативную реакцию на изменение внешней среды;

- электронная интернет-коммерция предоставляет возможность практически неограниченно расширять ассортимент товаров и наращивать сбыт при наличии налаженных связей с поставщиками (расширение ассортимента не приводит к необходимости увеличивать площадь предприятия торговли);

- электронная интернет-коммерция упрощает получение и обработку заказа и его оплату, взаимодействие с поставщиками товаров, относительное снижение издержек меню (расходы продавцов, обусловленные изменением цен) [2].

Но существует и ряд недостатков: покупатель не может «наглядно» оценить товар, который собирается приобрести, сложность организации доставки, недоверие интернет покупателей к небольшим интернет-магазинам.

Изучив принцип интернет-торговли, её структуру и статистику, можно

сделать вывод, что рынок электронной коммерции развивается. Всё большее количество предпринимателей предпочитают традиционным торговым точкам онлайн-магазины. В таких городах как Санкт-Петербург и Москва, покупки с помощью сети Интернет встречаются чаще, чем в других городах России, ситуация тем не менее с каждым годом меняется. Количество пользователей, совершавших он-лайн покупку хотя бы единожды неуклонно растёт, развиваются платёжные системы, логистическая отрасль и прочие составляющие рынка электронной коммерции.

Использованные источники:

1. Горностаева Ж.В., Баклакова В.В. Создание многофункциональных порталов электронных услуг, как способ преодоления цифрового неравенства в России В сборнике: тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты Сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Горохов А.А.. Курск, 2014. С. 54-56.
2. Дуванская Е.В., Лемешенко Е.В., Лемешко М.А., Горностаева Ж.В., Кузнецов А.А. влияние информационного сервиса на деятельность торговых организаций Экономика и социум. 2014. № 1-3 (10). С. 82-85.
3. Алехина Е.С. расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг. Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.

*Горностаева Ж.В., к.э.н.
профессор*

*Щербакова Н.В., к.т.н.
доцент*

*Алехина Е.С., к.э.н.
доцент*

*Пахомова А.И., к.э.н.
доцент*

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРА СЕЗОННОСТИ НА
ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ**

Аннотация. При выполнении исследования изменения объемов продаж сервисных услуг в зависимости от сезона года была применена модель с мультипликативной компонентой. По результатам исследования построен график сезонной волны и график фактического и расчетного значения объемов продаж сервисных услуг.

Ключевые слова: услуга, объем продаж, сервис, прогнозирование

Важнейшим фактором, влияющим на объём продаж услуг является

фактор сезонности. При проведении исследования - изменения объемов продаж сервисных услуг, в зависимости от сезона года - использованы временные ряды. В исследовании каждый уровень временного ряда представлен как результат взаимодействия трёх компонент - трендовой, сезонной и случайной. При исследовании изменения объемов продаж сервисных услуг в зависимости от сезона года можно использовать модель с мультипликативной компонентой - строится путём перемножения трендовой составляющей и индекса сезонности (I_k), соответственно. В этом случае уравнение временного ряда может быть представлено следующей формулой:

$$y_t = \bar{y}_t * I_k + \varepsilon_t. \quad (1)$$

Рассмотрен способ построения модели с мультипликативной компонентой, когда общая закономерность развития показателя описывается линейным трендом. Например, на основе информации об объемах продаж сервисных услуг в ретроспективном периоде требуется составить прогноз продаж сервисных услуг. При проведении исследования проанализирована совокупность исходных данных объемов продаж сервисных услуг. Для обнаружения существования тенденции строится график сезонной волны, который предназначен для визуальной оценки характера внутригодовых колебаний. Установлено, что, возможен убывающий тренд объемов продаж сервисных услуг, содержащий сезонные колебания.

Например, на основе информации об объемах продаж сервисных услуг (рисунок 1) в ретроспективном периоде требуется составить прогноз продаж сервисных услуг.

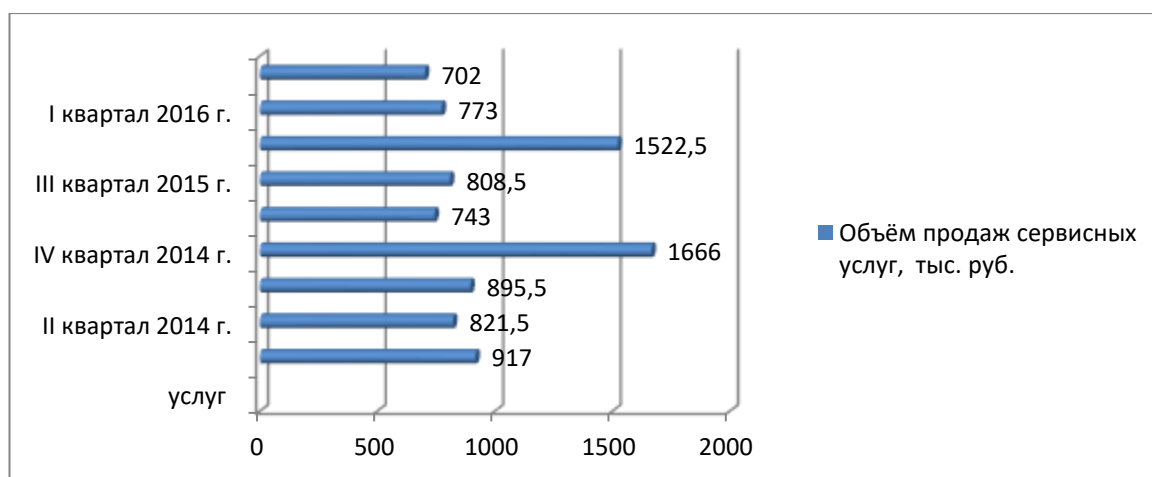


Рис. 1 Объёмы продаж сервисных услуг

Для обнаружения существования тенденции строится график сезонной волны, который предназначен для визуальной оценки характера внутригодовых колебаний. На графике сезонной волны по горизонтали указан номер временного интервала внутри года, а по вертикали – фактическое значение исследуемых характеристик. Если периоды их роста или снижения в одноименные периоды разных лет совпадают, можно

сделать вывод о сезонном характере внутригодовых колебаний. Если таких совпадений нет, то колебания внутри года вызваны другими причинами и данная методика для их анализа и прогнозирования не может быть применена (рисунок 2).

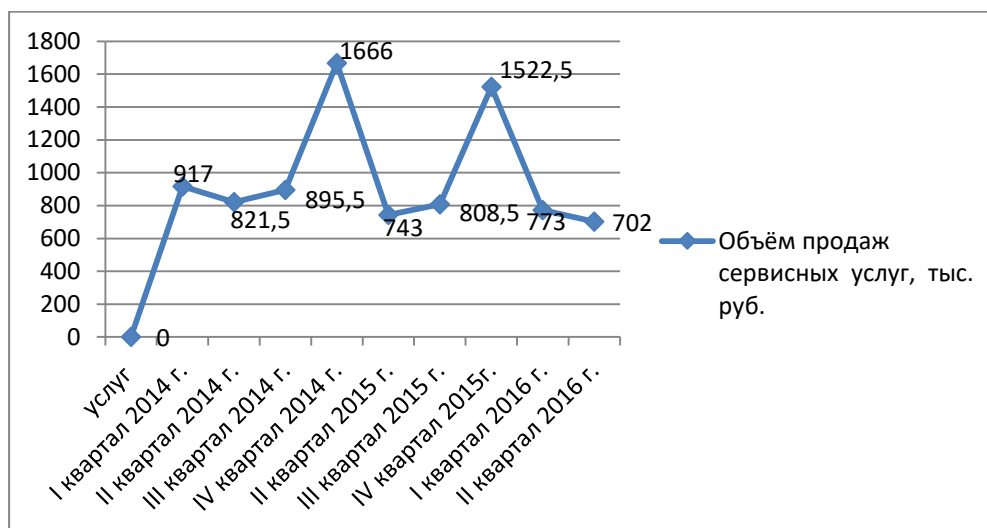


Рис.2. График сезонной волны

Как видно из графика сезонной волны, возможен убывающий тренд объемов продаж сервисных услуг, содержащий сезонные колебания.

Для выявления сезонных колебаний, необходимо последовательно сопоставить между собой фактические уровни динамического ряда объемов продаж сервисных услуг с величинами, рассчитанными по уровню тренда. Отклонение исходных показателей объемов продаж сервисных услуг от усредненных величин характеризует сезонную составляющую. Количественная оценка сезонных изменений объемов продаж сервисных услуг может быть получена с помощью индексов сезонности. При проведении исследований расчёт этих показателей рекомендуется выполнять по средней арифметической, медиане или центральным элементам ряда.

При расчёте индекса сезонности, определенного по средней арифметической, формула имеет следующий вид:

$$I_k = \sum_{j=1}^l \frac{y_j}{\bar{y}_j} : l * 100, \quad (2)$$

где y_j – фактическое значение исследуемой характеристики в момент времени j ;

\bar{y}_j – теоретическое значение исследуемой характеристики в момент времени j ;

j – номер измерения k -х сезонов в рассматриваемом временном интервале;

k – номер сезона;

l – количество k -х сезонов в рассматриваемом временном интервале;

При расчёте индекса сезонности по формуле среднего арифметического необходимо помнить, что данная процедура даёт не точный, а приблизительный результат. Индексы сезонности, рассчитанные по формуле среднего арифметического, необходимо скорректировать на коэффициент, учитывающий фактическую погрешность расчетов.

Индекс корректировки можно определить по формуле (3):

$$I^* = \frac{\sum_{k=1}^4 I_k}{4}; \quad (3)$$

Скорректированные индексы сезонности можно рассчитать по формуле (4)

$$I_k^* = \frac{I_k * 100}{I^*}. \quad (4)$$

При прогнозировании используются скорректированные индексы сезонности.

Уравнение тренда с учётом индексов сезонности будет иметь следующий вид (5):

$$\bar{y}_{tk} = \bar{y}_t * I_k. \quad (5)$$

Формула должна быть конкретизирована для каждого типа динамики, т.е.:

- для равномерного развития \bar{y} будет рассчитываться по формуле линейной зависимости,

- для равноускоренного развития \bar{y} будет рассчитываться по степенной или по параболической:

Рассчитанные по уравнению (5) прогнозные характеристики отражают и закономерности среднегодовой динамики исследуемой характеристики и среднесезонные отклонения от неё. Этот способ целесообразно использовать, если значение сезонной компоненты не является постоянной абсолютной величиной, а представляет определенную долю трендового значения.

При проведении исследования объемов продаж сервисных услуг рассчитаны параметры тренда на основе фактических данных методом прогнозной экстраполяции, с использованием редактора *Excel*. Уравнение модели тренда имеет вид:

$$\bar{y} = -10,8 * x + 1027,3$$

Рассчитаны и скорректированы индексы сезонности объемов продаж сервисных услуг (рисунок 3).

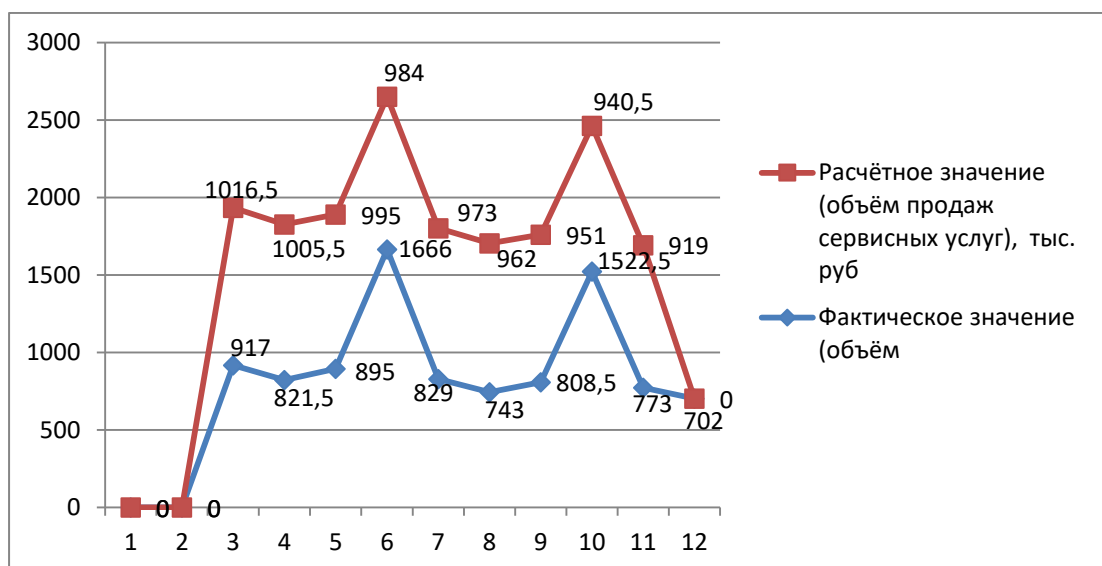


Рис. 3 Фактическое и расчетное значение объемов продаж сервисных услуг

Прогнозное значение объёма продаж сервисных услуг в III квартале 2016 г. составит:

$$y_{11} = (1027,3 - 10,8 * 11) * 0,8379 = 761,2 \text{ тыс. руб.}$$

Прогнозное значение объёма продаж сервисных услуг в IV квартале 2016 г. составит:

$$y_{12} = (1027,3 - 10,8 * 12) * 1,5859 = 1216,2 \text{ тыс. руб.}$$

Используя информацию о влиянии сезонного фактора на объём продаж сервисных услуг, предприятие может принимать различные управленческие решения:

- по увеличению мощности предприятия в период пиковых нагрузок;
- о проведении гибкой ценовой политики;
- о смене ассортимента сервисных услуг;
- по повышению качества и культуры обслуживания;
- по повышению квалификации персонала;
- о расширении ассортимента сервисных услуг, внедрении инноваций;
- о проведении мероприятий по повышению лояльности потребителей услуг;
- о проведении рекламных акций (акции, скидки, розыгрыши и т.д.).

Используя информацию о влиянии сезонного фактора на объём продаж сервисных услуг, предприятие может принимать различные управленческие решения, имеет большое значение для повышения конкурентоспособности предприятия сервиса, инвестиционной привлекательности, повышения эффективности деятельности предприятия сервиса.

Использованные источники:

1. Джилавыян А.А., Буряков С.А. Влияние стандартов на качество продукции

в России // Актуальные вопросы развития современного общества: сборник статей 4-ой Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. 2014. С. 42-44.

2. Бугакова А.В., Берёза Н.В. Факторы, влияющие на покупательское поведение потребителей в сфере услуг // Экономика и социум. 2014. № 2-1 (11). С. 704-713.

3. Кушнарева И.В., Кандитская Г.С. Возникновение услуги // Научная и техническая информация в планировании и осуществлении научных исследований и реализации проектов. Sp. z o.o. «Diamond trading tour». Warszawa, 2014. С. 27-29.

Григорян М.Р.

магистрант

ФГБОУ ВПО «ПГЛУ»

Российская Федерация, г. Пятигорск

АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В статье проведено исследование системы и принципов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства в России. Автором также проведено изучение инновационной инфраструктуры, в рамках которого особое внимание уделено функционированию бизнес-инкубаторов как одному из основных ее объектов.

Ключевые слова: малое инновационное предпринимательство, инновационная деятельность, государственная поддержка, государственная инновационная политика, инновационная инфраструктура, бизнес-инкубатор, целевые программы.

На современном этапе развития перед Российской Федерацией стоит важнейшая задача, заключающаяся в повышении конкурентоспособности ее экономики. Так, по оценкам Всемирного экономического форума 2015-2016 года, страна по уровню глобальной конкурентоспособности улучшила свои позиции в рейтинге стран, поднявшись с 64 места до 53 места. В этой связи, с целью повышения конкурентоспособности национальной экономики видится целесообразным использовать рыночные механизмы. При этом, необходимо отметить, что важную роль здесь может сыграть сектор малого инновационного предпринимательства.

Государство разрабатывает механизм поддержки инновационной деятельности малых предприятий. Стимулы же к инновациям, эффективность производства, благоприятный инвестиционный климат, возможности финансирования выпуска наукоемкой продукции и трансферта высоких технологий определяются уровнем цен, размером банковских процентов, величиной и структурой спроса на инновации, нормой

рентабельности, влияющие, в свою очередь, на характер и динамику развития малых инновационных предприятий [1].

При рассмотрении системы государственной поддержки малого инновационного предпринимательства, следует подчеркнуть, что к ее необходимым составляющим относятся:

- 1) четко определенные цели;
- 2) органы управления, которые реализуют функции, обеспечивающие достижение сформулированных целей;
- 3) информационная система;
- 4) инструменты регулирования и поддержки [4].

Систему государственной поддержки малых инновационных предприятий необходимо рассматривать как совокупность множества элементов, которые находятся в отношениях и связях друг с другом и образуют определенную целостность. Функции отдельных элементов системы вытекают из ее основных задач и цели, заключающейся в создании наиболее благоприятных условий для развития малого инновационного предпринимательства [5].

В свою очередь, среди основных инструментов регулирования выделяют следующие составляющие:

1) прямое государственное стимулирование НИОКР путем распределения бюджетных и внебюджетных финансовых ресурсов (государственный заказ, гранты, кредитование) между различными сферами научных исследований и разработок в соответствии с системой государственных научных приоритетов;

2) косвенное государственное стимулирование науки и освоение ее достижений в государственном и частном секторах экономики с помощью налоговой, амортизационной, патентной, таможенной политики, а также путем поддержки малых инновационных предприятий;

3) предоставление различного рода льгот субъектам инновационного процесса (как непосредственно предпринимателям, которые осуществляют инновации, так и элементам инфраструктуры, оказывающим им ту или иную поддержку) [12];

4) формирование инновационного климата в экономике и инфраструктуры обеспечения исследований и разработок, включая национальные службы научно-технической информации, патентования и лицензирования, стандартизации, сертификации, статистики, аналитические центры для изучения зарубежного опыта, подготовки прогнозов научно-технического развития и формирования на их основе системы национальных научных приоритетов для обеспечения информацией лиц, которые принимают решения.

Согласно одному из существующих подходов выделяют принципы государственной поддержки малого бизнеса, среди которых [11]:

- *протекционизм*, под которым принято понимать

государственную защиту интересов российских малых инновационных предприятий, а также поощрение экспорта конкурентоспособного товара на внешних рынках с помощью осуществления тарифного и нетарифного регулирования;

– *дифференцированность*, которая подразумевает учет вида инновационной продукции при оказании поддержки [2] (иными словами является ли созданная инновация впервые внедренной продукцией, либо усовершенствованной продукцией, либо новым типом продукции);

– *программно-целевой характер* предполагает выработку единой целевой стратегии, методов и инструментов поддержки малых инновационных предприятий, а также разработку государственных программ, способствующих формированию и развитию сектора малого бизнеса в стране;

– *обусловленная гарантированность поддержки и ответственность госорганов* представляет собой необходимый фактор осуществления как государственной политики по поддержке инновационной деятельности в целом, так и развития малого инновационного предпринимательства, в частности [7];

– *учет динамичности и противоречивости процесса становления слоя малых предпринимателей* включает в себя использование государством, в первую очередь, не прямые методы регулирования, а косвенные, посредством создания благоприятных внешних условий для функционирования предприятий (стабильность в экономике, низкая инфляция, благоприятная политическая обстановка и другие);

– *ориентированность системы поддержки малых предприятий на регулирование внешней среды малого предпринимательства, на внутренние функциональные области малых предприятий и на самоорганизацию соответствующей системы институтов* предполагает использование государством, в первую очередь, не прямые методы регулирования, а косвенные, посредством создания благоприятных внешних условий для функционирования предприятий (стабильность в экономике, низкая инфляция, благоприятная политическая обстановка и другие) [13].

На наш взгляд, рассмотренные выше принципы, также применимы для системы государственной поддержки и малого инновационного предпринимательства. Однако, по нашему мнению, данный перечень, необходимо дополнить следующими принципами:

– *оптимизация государственной поддержки*, предполагающая осуществление «путем возможности сочетания различных ее форм и способов реализации с учетом особенностей субъекта инновационной деятельности, этапа инновационной деятельности, результатов научной и научно-технической деятельности, используемых при производстве инновационной продукции, вида и типа производимой инновационной продукции и других существенных показателей» [10];

– *рациональность предоставления государственной поддержки*, которая предполагает исключение необоснованного финансирования аналогичных инновационных проектов и программ.

– *постоянное совершенствование форм государственной поддержки и способов ее реализации*, которое является неотъемлемым процессом, в связи с изменяющейся внешней средой, развитием самих инновационных предприятия, что, в свою очередь, требует совершенствования государственной поддержки, ее форм, а также способов реализации. Кроме того, учитывая то обстоятельство, что сектор малого инновационного предпринимательства является относительно новым явлением для экономики России, а государственная поддержка данного сектора еще более новое, то совершенствование необходимо также и в связи с недостаточным опытом и существующими недостатками государственной политики в сфере поддержки малого бизнеса;

– *учет динамичности и противоречивости процесса становления слоя малых инновационных предпринимателей*, которые предполагает разработку программ государственной поддержки, которые учитывают многочисленные факторы риска, сопровождающие деятельность малого инновационного бизнеса [6].

Рассмотрим систему государственной поддержки малого инновационного предпринимательства, выделив в ней три следующие подсистемы:

1. *Программно-целевой блок* системы государственной поддержки, включающий в себя цели, принципы, методы, концепции и программы поддержки малых предприятий.

2. *Организационно-правовой блок* системы государственной поддержки, включающий в себя специализированные органы государственного управления и органы государственной и негосударственной поддержки малого предпринимательства [7], а также его законодательную и нормативно-правовую базу. Этот блок охватывает подсистемы обеспечения поддержки малого бизнеса, выполняющие такие функции как: законодательное и нормативно-правовое содействие малому бизнесу в осуществлении внешнеэкономической деятельности, интеграционное взаимодействие крупного и малого бизнеса и другие.

3. *Функционально-ресурсный блок* системы государственной поддержки, оказывающий регулирующее воздействие на процесс становления предпринимательства как на макроуровне, т.е. во внешней среде, так и на микроуровне, т.е. во внутренней среде.

На основе вышеизложенного выделим в системе государственной поддержки малого инновационного предпринимательства программно-целевой, организационно-правовой и функционально-ресурсный механизмы поддержки.

В рамках рассмотрения программно-целевого механизма необходимо

отметить, что в его основе лежит Концепция долгосрочного прогноза научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2025 года, в соответствии с которой основной целью долгосрочного прогноза научно-технологического развития России до 2025 г. является разработка вариантов долгосрочного научно-технологического развития, позиционирование страны в системе международной научной и технологической кооперации на базе развития национальной инновационной системы. В настоящее время реализуется ряд программ государственной поддержки развития науки, инновационной деятельности и предпринимательства. Среди них федеральные целевые программы, региональные программы поддержки, а также целевые программы поддержки, реализуемые российскими фондами.

Анализ программно-целевого блока государственной поддержки малого инновационного предпринимательства позволяет сделать следующие выводы:

- государственная инновационная политика в области малого предпринимательства не сформирована, она фрагментарна и нестабильна;
- на нормативно-законодательном уровне не сформирована система целей, согласованных с задачами и функциями органов управления. На наш взгляд, это связано с тем, что не определены роли инновационных проектов в социально-экономическом развитии страны;
- многочисленные программы по развитию инновационной деятельности малого бизнеса не содержат конкретных механизмов поддержки и носят только декларативный характер;
- отсутствуют формальные критерии, отражающие результативность инновационной деятельности.

Анализируя организационно-правовой блок, рассмотрим некоторые статистические данные. Так, например, 55% опрошенных ученых говорят о том, что они не могут зарегистрировать права на интеллектуальную собственность и использовать ее по своему усмотрению, так как права на результат их научной деятельности частично или полностью принадлежит либо организации, в которой они работали, либо организации-грантодателю. В соответствии с мнением 56 % руководителей малых инновационных фирм, интеллектуальная собственность защищена слабо. Наибольшие нарекания вызывает ситуация с защитой авторских прав и патентных прав на изобретения и промышленные образцы [9].

Перейдем к рассмотрению функционально-ресурсного блока господдержки, оказываемой малым инновационным предприятиям. В рамках данного блока интерес представляют данные о том, каким образом малые инновационные компании возникли, и на какие средства произошел старт бизнеса малых инновационных предприятий в государстве, что не повышает эффективность существующей институциональной системы государственной поддержки малого инновационного предпринимательства.

В рамках анализа механизмов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства видится необходимым рассмотреть сущность понятия «инновационная инфраструктура». Данный термин представляет собой комплекс организационно-экономических институтов, которые непосредственно обеспечивают условия реализации инновационных процессов хозяйствующими субъектами на основе принципов экономической эффективности/ При этом, отметим, что одним из важнейших объектов инновационной инфраструктуры выступают бизнес-инкубаторы [8].

Анализ имеющихся в экономической литературе определений понятия «бизнес-инкубатор» установил, что принципиально важным при определении данного термина является тот факт, что основной целью деятельности бизнес-инкубатора является оказание в фиксированные сроки поддержки зарождающимся предприятиям при организации первоначальной деятельности и выходе на рынок.

Основные цели бизнес-инкубатора заключаются в следующем:

- ускорение создания новых малых предприятий, повышение их жизнестойкости, устойчивости и конкурентоспособности;
- облегчение доступа к разного рода ресурсам;
- активизация инновационной деятельности;
- создание новых производств с целью создания новых рабочих мест;
- формирование стандартов профессионального бизнеса среди предпринимателей малого бизнеса;
- распространение передового отечественного и зарубежного опыта.

Несмотря на то, что на современном этапе развития в России уже создана разветвленная сеть бизнес-инкубаторов, в большинстве регионов страны эффективность их функционирования остается, чаще всего, низкой.

Приведем статистические данные, свидетельствующие о низкой эффективности работы данных структур в России [9]. 62% опрошенных респондентов говорят о плохой доступности помещений в бизнес-инкубаторах. В определенной мере доступными помещения считают лишь 16% опрошенных. Кроме того, начинающим малым инновационным компаниям в большинстве случаев сложно найти специализированные услуги (в области интеллектуальной собственности, бизнес-планирования, маркетинговых исследований). В этой связи 51% респондентов подчеркивают проблему низкой доступности таких услуг, при этом 24% опрошенных не разделяют это мнение.

Таким образом, в результате анализа механизмов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства нами были сформулированы следующие выводы:

- 1) в рамках анализа программно-целевого механизма

государственной поддержки малого инновационного предпринимательства было выявлено, что государственная инновационная политика в области малого предпринимательства сформирована недостаточно.

2) в рамках анализа организационно-правового механизма государственной поддержки малого инновационного предпринимательства был выявлен ряд проблем, в особенности в области нормативно-правового обеспечения функционирования и развития малого инновационного предпринимательства, что не только не способствует, а, наоборот, даже препятствует развитию сектора малого инновационного предпринимательства в стране.

3) в рамках анализа функционально-ресурсного механизма государственной поддержки выявлены проблемы, требующие системного решения. При этом необходимо отметить положительный факт, заключающийся в следующем: на каждой стадии жизненного цикла инновационной продукции (работы, услуги) создана достаточная инфраструктура (финансовая, технологическая и т. д.), однако, функционирует она недостаточно эффективно, т.к., по-нашему мнению, не определены критерии оценки эффективности расходования бюджетных средств. Другие направления, в частности, информационное, технологическое обеспечение развиты достаточно слабо.

Использованные источники:

1. Дагаев А.А. Венчурное финансирование инновационной деятельности / А.А. Дагаев // Инновационная экономика. – М: Наука, 2001. – С. 61-69.
2. Демина Н.В. Стратегическое планирование: содержание и специфика / Н.В. Демина // В книге: Актуальные экономические проблемы современной России. Симпозиум XIV. Материалы VI Международного конгресса "Мир через языки, образование, культуру: Россия - Кавказ - Мировое сообщество". Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации, Аппарат полномочного представителя Президента Российской Федерации в Северо-Кавказском федеральном округе и др.; Редакторы: Ю.С. Давыдов, А.П. Колядин. 2010. С. 82-84.
3. Демина Н.В. Возможности использования аутсорсинга при отборе персонала в российских компаниях / Н.В. Демина // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2013. № 4. С. 279-283.
4. Еремина О.С. Особенности инновационной деятельности современных предприятий / О.С. Еремина, Н.В. Демина // Новая наука: От идеи к результату. 2016. № 1-1 (60). С. 96-100.
5. Еремина О.С. К вопросу о развитии национальной инновационной системы России / О.С. Еремина, Н.В. Демина // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. Т. 8. С. 41-45.
6. Еремина О.С. К вопросу о показателях эффективности реформ государственного управления в России / О.С. Еремина // В сборнике: Университетские чтения-2010. Материалы научно-методических

- чтений ПГЛУ. Ответственный редактор З.А. Заврумов. 2010. С. 117-122.
7. Еремина О.С. Разработка и внедрение инноваций в государственных структурах / О.С. Еремина // В сборнике: Университетские чтения - 2013. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Ответственный редактор З.А. Заврумов. 2013. С. 92-98.
8. Захарова Е.Н. Инновационная парадигма развития современного предпринимательства / Е.Н. Захарова, В.В. Прохорова, В.А. Ткаченко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2014. №3 (150). С.303-310.
9. Отчет Опоры России «Конкурируя за будущее сегодня: новая инновационная политика для России». – 2010. – 125 с.
10. Проект Федерального Закона № 495392-5 «О государственной поддержке инновационной деятельности в РФ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://base.consultant.ru>.
11. Савченко В. Феномен предпринимательства (экспериментальный спецкурс) // РЭЖ. –1996. – № 1.
12. Чистова М.В. К вопросу об эффективности применения целевых программ в управлении социально-экономическим развитием муниципальных образований региона КМВ / М.В. Чистова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2010. № 3-1. С. 68-72.
13. Чистова М.В. Анализ эффективности инновационной политики Ставропольского края / М.В. Чистова // В сборнике: Университетские чтения - 2012. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Ответственный редактор: З.А. Заврумов. 2012. С. 119-123.

*Добрынина Д.А.
студент 3 курса*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ*

РЫНОК С АСИММЕТРИЧНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

Аннотация

В данной работе автор поднимает вопрос о рынке с асимметричной информацией. Была рассмотрена роль информации в деятельности компании. А также появление асимметричности информации рынка и методы борьбы с ней.

Ключевые слова

Сервис, экономика, асимметричность информации, рынок.

Информация - это важный ресурс фирм и может рассматриваться как конкурентное преимущество.

Информация играет большую роль в деятельности компании. Во-

первых, информация может быть предметом купли-продажи. Во-вторых, информация очень значима для того, чтобы принять верные решения. К примеру: человек, который имеет достаточное количество денег для того, чтобы открыть собственное дело, но ему нужно принять решение чем будет заниматься фирма, которую он организует. На первоначальном этапе ему необходима информация о том, как устроен сегмент рынка, в котором он собирается работать. Есть ли спрос на данный товар. Удовлетворяют ли спрос те фирмы, которые уже есть на рынке. В чем заключаются более сильные потребности. К примеру книжный магазин: предположим, что в городе, в котором живет этот человек, есть несколько подобных магазинов, которые продают исключительно учебники, и нету хорошего магазина, торгующего художественной литературой. Несомненно, что открывать такой магазин имеет смысл, и в этом нам помогла информация о том, что есть на рынке, а чего недостаточно [2].

Информация может распространяться разными средствами, такими как:

- рыночные сигналы;
- цены;
- повышение заработной платы;
- гарантии и обязательства.

Существует такое понятие как, асимметричная информация - это ситуация, в которой часть участников сделки владеет подробной и четкой информацией, в то время как другие заинтересованные лица не владеют ею. Так, покупатель знает гораздо меньше информации о качестве товара, чем продавец.

Асимметричная информация включает в себя такие области деятельности как:

- рынок продуктов;
- рынок страхования;
- рынок кредитов;
- рынок труда.

Субстанция асимметричной информации состоит в том, что продавцы и покупатели, как правило, не обладают свободным доступом к точной информации для того, чтобы принять более эффективное решение, в результате чего рынки становятся неконкурентоспособными и, в результате, могут потерпеть несостоятельность.

Недостаток информации о качестве продаваемого товара приводит к бесконечному снижению стоимости. В ситуации, когда покупателю недоступна вся требуемая информация для приобретения какого-либо товара, качество продаваемого товара будет измеряться как совокупное среднее, что, несомненно, отразится на цене [1].

Рассмотрим эту теорию на примерах:

Одним из примеров является рынок страховых услуг. Клиенты,

которые покупают страховку знают намного больше и лучше о собственном здоровье, чем страховые компании. В следствии чего появляется неблагоприятный отбор. Страховые фирмы не могут разделить людей с более высоким риском заболевания от людей с более низким риском. Те люди, у которых состояние здоровья хуже станут обращаться гораздо чаще к услугам страховых компаний. В следствии, цены на страховку будут выше и при росте страховых услуг здоровые люди перестанут приобретать страховку. Получается, что только нездоровые люди будут покупать страховку, и в результате доля больных будет увеличиваться. И снова цена будет увеличиваться, и это будет происходить до того момента, пока на страховом рынке не останется лишь эта группа лиц; следовательно, страховая деятельность становится невыгодной.

В итоге мы наблюдаем то, что товары и услуги низкого качества вытесняют с рынка качественные - это и есть неблагоприятный отбор.

Страховая деятельность становится невыгодной, хотя она и необходима [2]. Так же, к примеру, при приеме на работу работодатель не может составить четкого представления о профессиональных и иных качествах работника только по анкетным данным, а также работник может выдавать себя за того, кем не является на самом деле. Подобные ситуации возможно разрешить различными способами, но во всех из них есть общий момент. Очень большую роль играют рыночные сигналы о качестве предлагаемого товара или услуги. Таким сигналом для работодателя будет являться – диплом о профессиональном образовании и т.д. [1].

Факт асимметричности информации требует наиболее активного участия правительства в регулировании экономики, так как недостаток информации может разрушить рынки.

Но все-таки бороться с последствиями асимметрии информации можно. Гарантия и репутация это один из основных методов. Гарантия на товар перекладывает некоторую часть рисков с покупателя на продавца и при этом демонстрирует первому, что качество товара второго соответствует некоторому нормальному и ожидаемому уровню. Компании, которые предлагают качественные товары, могут избежать асимметрию информации и такие последствия как неблагоприятный отбор.

Репутация или бренд также снижает неопределенность информации, присутствующей в ситуации с её асимметрией. И если фирма действительно дорожит своей репутацией, то она не будет выпускать некачественный товар на рынок. А если и допустит это по ошибке, постарается как можно быстрее сообщить об этом всем пострадавшим сторонам [2].

Ещё одним методом борьбы с асимметрией информации считается вмешательство государства. К примеру, через контроль качества, которое в области информационной безопасности производится в виде лицензирования, стандартов, сертификации и аттестации.

Стандарты представляют собой определенные критерии, которым

должен соответствовать продукт. Они вводятся как по инициативе государственных регулирующих органов, так и в рамках специальных инициатив союза потребителей, промышленников и т.д.

Сертификация предполагает собой определение того, что продукция обязана соответствовать стандарту. Она тоже может реализовываться по инициативе промышленников, но по определённой продукции государственными органами сертификация может быть предусмотрена в обязательном порядке. Такими видами товаров являются лекарственные препараты и рынки продуктов питания [1].

Еще одним методом борьбы с информационной асимметрией можно назвать франчайзинг. Можно отметить, что экономика и все рынки подчиняются определённым законам. Нужно повышать уровень реальных гарантий, которые производители средств защиты дают на свои продукты. Производство, которое дает гарантию на качество своего товара в последствие обязательно окажется в выигрышном положении, так как это оценится покупателем.

Исследования проблем асимметричной информации актуальны для современного российского рынка. Это проблема, которая присутствует на многих рынках и это одна из причин несостоятельности рынка. Однако существуют методы борьбы с ней: гарантия и репутация, стандартизация, вмешательство государства, франчайзинг.

Использованные источники:

1. Zhidkov V.E., Hramtsov A.G., Gornostaeva Z.V., Alekhina E.S., Kushnareva I.V. need for government regulation of organic foods Asian Social Science. 2014. T. 10. № 23. С. 135-143.
2. Pakhomova A.I., Buriakov S.A., Vasenev S.L., Gornostaeva Z.V., Kornienko M.V. localization of the urban workforce reproduction of the modern city Asian Social Science. 2014. T. 10. № 15. С. 255-260.

Дуванская Е.В., к.т.н.

доцент

Бессмертная Т.Ю.

студент

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ*

Россия, г. Шахты

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье рассмотрены особенности малых предприятий, выделен качественный подход в классификации предприятий, показаны определенные сложности, возникающие в сфере малого предпринимательства.

Ключевые слова: *малый бизнес, малое предприятие, специфика малых предприятий*

В современный период развития рыночного хозяйства в России особое значение приобретает развитие малого предпринимательства. Малые предприятия, не требующие крупных начальных инвестиций и обеспечивающие высокую оборачиваемость ресурсов, оказались способны наиболее быстро и эффективно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров и услуг в условиях развивающейся российской экономики и ограниченности финансовых ресурсов. Оперативно реагируя на изменение потребительского спроса, малое предпринимательство придает экономике необходимую гибкость, обеспечивая необходимое равновесие на потребительском рынке[1].

В настоящее время не существует единого научного подхода к определению малого предприятия. Это объясняется многообразием задач, для которых используется формальное определение малого предприятия, в том числе в налогообложении, государственной поддержке малого бизнеса, а также в исследованиях различных аспектов управленческой деятельности [2].

В России отнесение предприятия к малому связывается в основном с вопросами налогообложения и государственной поддержки малого бизнеса. Согласно Федеральному закону от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», к субъектам малого предпринимательства относятся коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимися субъектами малого предпринимательства, не превышает 25%, и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

- в промышленности – 100 человек;
- в строительстве – 100 человек;
- на транспорте – 100 человек;
- в сельском хозяйстве – 60 человек;
- в научно-технической сфере – 60 человек;
- в оптовой торговле – 50 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;
- в остальных отраслях и при осуществлении других видов

деятельности – 50 человек;

- индивидуальные предприниматели.

Однако, в зависимости от выбранного критерия одна и та же компания может быть одновременно отнесена к крупным, средним или малым предприятиям, как, например, рекламная фирма с крупным оборотом, относительно средним масштабом операций и с небольшим числом сотрудников. То, что считается «средним» для одной отрасли или одного сегмента рынка, может быть отнесено к «малому» или «крупному» в другом контексте. К тому же, никакое универсальное определение малого предприятия не может быть достаточным для всех задач.

Качественный подход рассматривает малое предприятие не как уменьшенный вариант большой компании, а как организацию со специфическими чертами: высокой степенью неопределенности; потенциально более высокой способностью к внедрению инноваций; постоянным развитием и адаптацией к изменениям. Поэтому в целях исследования специфики деятельности предприятий малого бизнеса целесообразно использовать комбинированный подход к определению малого предприятия, который рассматривает малое предприятие не как уменьшенный вариант большой компании, а как организацию со специфическими чертами:

- предприятие является независимым и не представляет собой часть крупного предприятия;
- экономическая среда, в которой функционирует малое предприятие, характеризуется высокой степенью неопределенности;
- предприятие владеет относительно небольшой долей рынка, производит оказывает небольшое число услуг;
- имеет сравнительно ограниченные ресурсы (капитала, человеческих ресурсов, мощности и т.д.);
- управление предприятием в большинстве случаев осуществляется самим предпринимателем [3].

Особенностями ведения малого бизнеса также являются:

- экономическая свобода;
- инновационный характер;
- реализация товаров и услуг на рынке;
- гибкость, адаптивность к изменяющимся условиям работы;
- специфика производственного процесса;
- совмещение функций собственности и управления чаще всего в одном лице;
- отсутствие у субъектов малого предпринимательства возможностей использовать некоторые методы привлечения внешних инвесторов (например, выпуск большинства видов ценных бумаг);
- относительно быстрая окупаемость вложений;

- менее консервативная, как правило, структура бизнеса;
- малочисленность занятых, использование труда на началах вторичной занятости.

Кроме того, небольшое предприятие обладает рядом управленческих преимуществ:

- возможность гибкой корректировки целей ведения бизнеса и оперативного перераспределения сфер ответственности;
- неразвитость иерархических структур, и, следовательно, отсутствие множества бюрократических процедур, свойственных крупному предприятию;
- отсутствие дублирования управленческих функций;
- более тесная связь каждого работника с конечными результатами своего труда.

Вместе с тем необходимо отметить определенные сложности, возникающие в сфере малого предпринимательства:

1. Экономический риск в малом бизнесе, как правило, выше и «жизненный цикл» малых предприятий обычно короче, чем у крупных компаний.

2. Малым предприятиям труднее получить кредит, и обычно ссуды дают под высокие проценты, что ведет к росту себестоимости продукции (услуг) и затрудняет модернизацию производства из-за недостатка средств.

3. Малые предприятия чаще испытывают недостаток в квалифицированной рабочей силе.

4. Малые предприятия более чувствительны к состоянию экономической среды, к инфляции.

5. Серьезную проблему для малых предприятий представляет планирование деятельности. Лишь часть из них осуществляет производственное планирование и еще меньше – стратегическое.

Кроме того, в стране сложилась ситуация, когда малый бизнес еще недостаточно интегрирован в общие экономические связи и отношения

Использованные источники:

1. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес: Экономика, организация, финансы: Учебное пособие для ВУЗов. - СПб: Бизнес - Пресса, 2009.- 608 с.
2. Блинов А. Малое предпринимательство и большая политика. // Вопросы экономики, 2010 - №7.- С.39-45
3. Калашникова, Е.А. Особенности функционирования предприятий сервиса в системе рыночных отношений / Е.А.Калашникова, Е.В.Дуванская // Проблемы развития современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции Уфа, 2015. С. 99-100

*Дуванская Е.В., к.т.н.
доцент*

Зудина Л.А.
студент
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ

В статье рассмотрены аспекты формирования положительного имиджа агентства недвижимости и выделены шаги по его формированию

Ключевые слова: *агентство недвижимости, имидж предприятия, черты агентства недвижимости*

Имидж - это образ организации, существующий в сознании людей. У любой организации существует имидж вне зависимости от того, работают над его созданием или не работают над ним вообще. В случае отпускания вопроса имиджа на самотек он формируется у потребителей стихийно, и нет никакой гарантии, что он будет положительным и благоприятным для организации. Поэтому реально можно выбирать только между управляемым и неуправляемым имиджем. И формирование благоприятного имиджа для организации - процесс более выгодный и менее трудоемкий, чем исправление спонтанно сформировавшегося неблагоприятного образа [1].

Формирование образа, своеобразного «лица» для агентств недвижимости - дело не только специалистов в этой области, но и всех сотрудников. Имидж организации формируется не только направленными на это акциями и мероприятиями. Качество оказываемых услуг, отношение персонала к своему работодателю, клиентуре и собственной деятельности имеет значение для имиджа не менее важное, чем реклама и презентации.

Благоприятный образ-имидж должен быть адекватным, оригинальным, пластичным и иметь точный адрес. Быть адекватным - значит соответствовать реально существующему образу агентства недвижимости. Быть оригинальным - значит отличаться от образов конкурентов. Быть пластичным - значит не устаревать, не выходить из моды, изменяясь, казаться неизменным. Иметь точный адрес - значит быть привлекательным для определенной целевой аудитории, т.е. для настоящих и потенциальных клиентов агентства недвижимости.

Переход к рыночной экономике predetermined необходимость формирования и развития положительного имиджа для агентств недвижимости, как составной части сервисной деятельности в этой области. В настоящее время эта проблема является одной из важнейших.

Прежде чем рассматривать аспекты формирования положительного имиджа агентства недвижимости, отметим несколько общих требований к нему. Во-первых, в имидже агентства недвижимости должны

присутствовать черты успешности. Во-вторых, наличие заботы о клиенте. В-третьих, он должен отвечать принципам стереотипности и многоплановости. Далее можно отметить открытость, определяемую как эффективная обратная связь, наличие многочисленных эффективных коммуникаций, а также узнаваемости и неповторимости [2].

Что же нужно учитывать, чтобы сформировать положительный имидж агентства недвижимости? Прежде всего необходимо в режиме мониторинга детально проводить изучение ожиданий потенциальных потребителей услуг агентства и формировать имиджа с опорой на «идеальный образ» агентства. С помощью опросов и специальных исследований выявляются желаемые качества и черты агентства недвижимости, т.е. определяется «идеальный образ». Затем подбирается агентство-лидер на рынке недвижимости и методом парных сравнений с помощью экспертных оценок определяется степень совпадения его качеств с характеристиками «идеального агентства». Это и будет основой имиджа агентства недвижимости. Далее следует «раскрутки», продвижения имиджа, показ сильных сторон агентства, чтобы о нем заговорили, сформировалось благоприятное мнение. Это называется формированием «событийного ряда», которое должно быть глубоко продуманным и соответствовать имиджу агентства. Мониторинг «конкурентного пространства», т.е. отслеживание настроений клиентов, источников их тревог и страхов, симпатий и антипатий, позволит лучше рассчитать реакции потребителей на те или иные действия агентства.

В условиях развития электронных технологий, выполняя перечисленные действия, целесообразно использовать возможности Интернет. Интернет дает прекрасную возможность фокусировать воздействие на конкретную узкопрофильную целевую аудиторию, в которой заинтересована организация; выделять подгруппы в этой аудитории для составления более персонализированных PR-обращений; порой даже учитывать индивидуальные особенности и характеристики каждого посетителя. Выделение целевой аудитории важно, так как позволяет построить коммуникацию максимально эффективно, быстрее достичь ее цели. Если рассматривать коммуникативный аспект, то коммуникация всегда удается лучше, если есть четкое представление о реципиенте, в том числе его убеждениях, знаниях, ценностях, возможной реакции на посланное ему сообщение. Чтобы убедить реципиента и избежать коммуникационных барьеров, надо представлять, кому сообщение адресовано: это поможет построению успешного ключевого сообщения и выбору канала коммуникации. Именно Интернет предоставляет прекрасную возможность использования механизма таргетинга - воздействия на целевую аудиторию путем выделения из всей имеющейся только той ее части, которая удовлетворяет заданным критериям. Обобщая данные разных исследований по изучению Интернет - аудиторий, большой процент аудитории Интернета составляют активные слои населения, которые участвуют в процессе

принятия решений. [3]

В настоящее время любое агентство недвижимости должно иметь Интернет сайт, который можно использовать и для формирования положительного имиджа. Интернет сайт агентства недвижимости дает возможность легкого поиска определенных авторизованных целевых аудиторий, и помогает распространять огромные объемы информации среди них (например, среди сотрудников, клиентов, партнеров, журналистов, инвесторов). Информация о компании становится доступной в любом уголке мира круглосуточно 365 дней в году.

Использованные источники:

1. Тульчинский, Г. Public Relations: Репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство / Г.Тульчинский. СПб.: Петрополис , 2007. – 306 с.
2. Яковлева Е.Л. Имидж и социальные роли / Е.Л.Яковлева // Политический маркетинг, №7(76), 2004. - С.9-14.
3. Дуванская, Е.В. Роль информационного сервиса в региональных хозяйственных системах / Е.В.Дуванская // Международный студенческий вестник. 2015. №4-3. С.487-488

Дуванская Е.В., к.т.н.

доцент

Капленко К.Ю.

студент

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ*

Россия, г. Шахты

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО СЕРВИСА НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье выделены и сгруппированы основные проблемы конкурентоспособности предприятий, рассмотрены конкурентные силы и роль информационно-коммуникационного сервиса в повышении конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: *информация, конкурентоспособность, конкурентные силы, информационный сервис*

При переходе России на рельсы рыночной экономики особенно острым становится вопрос конкурентоспособности предприятий. В конкурентоспособности концентрируются такие категории, как качество, цена, информационно-коммуникационный сервис. Современная экономическая ситуация в значительной степени обуславливает процессы усиления конкуренции на многих рынках. Значительное падение спроса на

многие услуги, спровоцированное кризисом, повлекло за собой рост конкурентной борьбы на многих рынках.

Деятельность предприятий подвержена влиянию множества факторов и охватывает широкий спектр вопросов организационно-технологического, экономического, финансового и информационно-коммуникационного характера, требующих повседневного решения.

Успешность деятельности предприятий определяется их способностью выдерживать конкуренцию с другими компаниями, действующими в этом же сегменте рынка, а также получать большую по сравнению с ними прибыль. Таким образом, конкурентоспособность - основное свойство предприятия, необходимое для её существования и эффективного функционирования в условиях рыночной экономики. Соответственно, если основная цель деятельности предприятия заключается в получении максимальной прибыли, то обеспечение его высокой конкурентоспособности служит средством достижения этой цели.

Предприятия в настоящий момент находятся в достаточно сложном положении. Текущий кризис может оказаться переломным моментом для многих из них, поэтому верная оценка складывающейся конкурентной ситуации становится необходимым условием обеспечения долгосрочной конкурентоспособности.

На конкурентоспособность предприятий огромное влияние оказывает состояние конкуренции, которое зависит от действия основных движущих сил конкуренции (рисунок 1).[1]

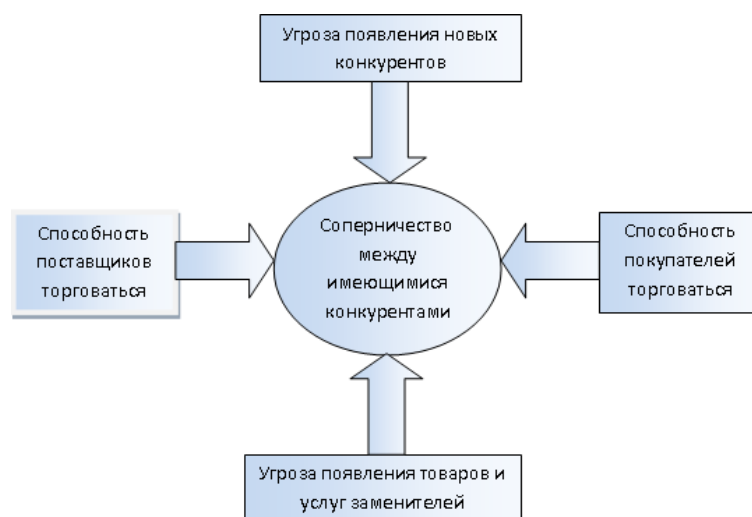


Рисунок. 1 – Модель конкуренции

Чтобы предприятие было конкурентоспособным в современных условиях кризиса, нужно постоянно анализировать все конкурентные силы, а для этого необходимо использовать возможности информационно-коммуникационного сервиса. Не достаточно опираться на

интуицию суждения руководителей и опыт прошлого.

Хороший информационно–коммуникационный сервис позволяет руководителям предприятий:

- получать конкретные преимущества;
- снижать финансовый риск и опасности для предприятия;
- определять отношения потребителей;
- следить за внешней средой;
- координировать стратегию;
- оценивать деятельность;
- повысить доверие к рекламе;
- получить поддержку в решениях
- подкрепить интуицию;
- повышать конкурентоспособность [2].

Роль информационно-коммуникационного сервиса состоит в сборе и переработке информации, необходимой для принятия обоснованных управленческих решений. Передача информации о положении и деятельности фирмы на высший уровень управления и взаимный обмен информацией между всеми взаимосвязанными подразделениями фирмы осуществляется на базе современной электронно-вычислительной техники и современных информационных технологий.

В деятельности предприятий передача информации является непременным и первостепенным фактором нормального их функционирования. При этом особое значение приобретает обеспечение оперативности и достоверности сведений. Для многих предприятий информационно-коммуникационный сервис решает задачи организации технологического процесса и носит производственный характер. Здесь информация играет важную роль в предоставлении сведений для принятия управленческих решений и является одним из факторов, обеспечивающих снижение издержек производства, что ведет к повышению конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Дуванская, Е.В. Повышение конкурентоспособности предприятия путем совершенствования сервисного обслуживания / Е.В.Дуванская, И.М.Гусев // Материалы междунар.науч.-практ.конф. Тенденции и перспективы развития современного сервиса: - Шахты: ФГБОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2012, 225с
2. Дуванская, Е.В. Роль информационного сервиса в региональных хозяйственных системах / Е.В.Дуванская // Международный студенческий вестник. 2015. №4-3. С.487-488

*Дуванская Е.В., к.т.н.
доцент
Махоркина Л.С.*

ПРОБЛЕМЫ СЕРВИСА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

В статье рассмотрены условия развития сервиса в ресторанном бизнесе и построена формально-логическая модель его развития, показаны задачи, которые стоят перед сервисным менеджментом.

Ключевые слова: *ресторанный бизнес, сервис, модель развития сервиса*

Успех любого ресторана во многом определяется сервисом заведения. Чтобы ресторану развиваться, сервис необходимо совместить с четырьмя основными целями ресторанного бизнеса: что хочет высшее руководство для ресторана; чего хотят его служащие, посредники и другие партнеры; что хотят его клиенты и что ресторан фактически способен выполнить. Эти четыре условия представлены как четыре пересекающихся окружности на рисунке 1.



Рисунок 1 - Достижение координации как перспектива сервиса

В силу своего аналитического потенциала данная формально–логическая модель может стать инструментом для руководителей ресторанов, которые должны рассмотреть каждое из шести проблемных пересечений между этими условиями:

Является ли то, что мы (менеджмент) хотим, тем, что мы (фирма) можем сделать? В противном случае мы должны или изменить наши цели, или поставить как приоритетную задачу создание необходимых усовершенствований в параметрах организации[1].

Является ли то, чего мы хотим, тем, что хотят наши клиенты? Если нет, ресторан может получить репутацию скупого, равнодушного и даже неэтичного заведения, не желающего получать живой отклик у клиентов и заинтересован только в своих собственных целях и программах.

Является ли то, что хочет ресторан, тем, что хотят работники, поставщики и другие партнеры? В противном случае ресторан не сможет объединить их для сотрудничества, в худшем случае - привлечь и сохранить их.

Является ли то, что хотят служащие, поставщики и другие партнеры тем, что хотят клиенты? Если нет, то клиенты быстро обнаружат отсутствие понимания их приоритетов, заинтересованности в достижении их потребностей и недостаток энтузиазма в обеспечении их качественным сервисным опытом.

Является ли то, что ресторан может сделать, тем, что хотят клиенты? Если нет, то, как говорится, обе стороны «лают на неправильное дерево». Либо фирма ищет рыночные сегменты, определяющие то, что она должна предложить, или она должна изменить то, что делает, чтобы предложить то, что хотят клиенты

Является ли то, что хотят служащие, посредники и другие партнеры, тем, что ресторан может сделать? Если нет, - ресторан не может предложить обучение и технологические преимущества, которые требуются многим сервисным поставщикам, чтобы работать продуктивно и высококачественно выполнять операции. Точно так же ресторан не может обеспечивать удовлетворительные рабочие условия или платить конкурентные ставки заработной платы и другие выплаты.

Объективная задача, которая стоит перед сервисным менеджментом, ориентированным на конкурентное лидерство, заключается в стремлении достичь самой близкой конвергенции этих четырех логических условий, чтобы максимизировать заштрихованную область в середине - зону четырех «побед», где все стороны довольны взаимно полезными отношениями. Чтобы достичь этого успеха, высшее руководство должно гарантировать, что маркетинг, операции и человеческие ресурсы сплачиваются в достижении общих целей, а не преследуют каждый независимые и потенциально противоречивые намерения. Вместе с тем, должно быть ясно, что конвергенция вокруг чрезмерно узко установленных целей может, в конечном счете, привести ресторан к опасности[2].

Цель проектирования цельного сервиса должна воплотиться в том, что можно назвать «логикой сервиса», которая направляет деятельность всех организационных функций. Термин «логика» означает неявные и явные

принципы, которые движут организационной деятельностью. Как уже отмечалось ранее, некоторыми ресторанами движет логика маркетинга, которая может идти так: доходы от продаж направляют в бизнес так, что клиентам обещают нечто, ожидаемое ими, независимо от фактических возможностей ресторана, и затем стремятся превзойти других рестораторов, чтобы выполнить обещанное. Другие рестораны могут направляться операционной логикой - философией сокращения или, в лучшем случае, удержания затрат через технологию и массовое производство. Рестораны могут также направляться бюрократическо-правовой логикой, которая придает главное значение ритуалам и инструкциям.

Эти различные бизнес-логики могут существовать в ресторане одновременно, рассматривая друг друга скорее как конкурентов за ресурсы, чем единство, призванное обслуживать внешних клиентов. Различные логики могут дать ресторану возможность «сбора пучка отдельных нитей» в противоположность «куска целой ткани». Сервисная логика может стать спланирующей и оживляющей силой, которая может объединить все части деловой и всех других логик.

Использованные источники:

1. Кучер, Л.С., Ресторанный бизнес в России: технология успеха / Л.С.Кучер, Л.М.Шкуратова, С.Л.Ефимов, Т.И.Голубева, М.: Рконсульт, 2002. - 240 с.
2. Черняева, Р.В. Современный сервис: факторы развития и совершенствования: монография / Р.В.Черняева, Е.В.Дуванская, И.И.Журавлева и др.: под общ. ред. д.э.н., профессора Р.В.Черняевой: - Шахты : ГОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2014. - 164с.

Егоров В.И.

студент

Сорокина Ю.В.

ассистент

кафедра «Сервис»

Буряков С.А., к.э.н.

доцент

кафедра «Сервис»

Институт сферы обслуживания

и предпринимательства (филиал) ДГТУ

Россия, г. Шахты

СТРАХОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ, КАК РАЗНОВИДНОСТЬ СЕРВИСА

Аннотация. В данной статье оценка актуальности страховых услуг в наше время. Также дается оценка возможностей, которые открывает страхование, предпринимателям. Был приведен закон и список объектов страхования, которые вносят полную ясность и дают подкрепление

законодательным образом. Проведен анализ и на этой же основе была сформирована гистограмма, характеризующая популярность страхования в период с 2012 по 2015 года и на этой базе был сделан соответствующий вывод.

Ключевые слова: страхование, автострахование, информационные риски, сегмент, информационные ресурсы, гистограмма.

В связи с развитием экономических отношений и цивилизации в целом, возрастает количество рискованных ситуаций, которые могут возникнуть в любой сфере деятельности индивидов: от бытовой до экономической. Страхование направлено на снижение последствий произошедших рискованных ситуаций, что обуславливает актуальность страховой сферы на данный момент. На сегодняшний день страхование дает возможность уменьшить риски и увеличить стабильность деятельности как отдельно взятых индивидов, так и предприятий.

Страхование предпринимательской деятельности позволяет обезопасить деятельность фирм от непредвиденных издержек. В таких условиях, страхование становится оптимальным способом защиты имущественных и иных интересов граждан.

Страхование с каждым годом становится популярнее среди различных слоев общества, так как данная сфера оказания услуг считается удобной, простой в приобретении, востребованной. Так, многие автолюбители прибегают к использованию услуг автострахования. В большей мере каждый считает необходимостью застраховать свою жизнь, бизнес, недвижимость и т.д.

Наряду с этим, актуальным объектом страхования в коммерческих фирмах, в том числе и на предприятиях сервиса являются информационные ресурсы как важнейший элемент конкурентоспособности фирмы. Статья 139 ГК РФ гласит: «Информация составляет служебную или коммерческую тайну в случае, когда информация имеет действительную или потенциальную ценность в силу ее неизвестности третьим лицам, к ней нет свободного доступа на законном основании, и обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности». Говоря о страховании информации на предприятиях сервиса, мы подразумеваем необходимость удовлетворения потребности главы фирмы в сохранении коммерческой конфиденциальной информации. Суть данного страхования заключается в том, что при возникновении непредвиденных ситуаций в фирме, т.е. удалении или утечке информационных данных, страховая компания частично или в полной мере возмещает ущерб от потерянных информационных ресурсов. В частности, к данному виду оказания услуг, прибегают крупные предприятия, где информация отвечает за динамику образования прибыли, т.е. дальнейшему существованию фирмы в целом.

Также потребителями данной услуги могут быть разработчики всевозможных инновационных проектов и технологий, которые еще не

вышли на общий рынок потребления и требуют максимизировать защиту своего продукта от третьих лиц. Поэтому страхователь имеет полное право на получение компенсации, объем которой оговорен в момент подписания договора.

Страхование информации не отличается от иных видов страхования, при котором страхователи вносят определенные взносы в течение определенного срока действия договора страхования. В данном договоре отличительной чертой является смена объектов страхования и перечень страховых рисков.

В список объектов страхования информации может входить:

- персональные компьютеры (ПК), рабочие станции;
- электронно-вычислительные комплексы;
- серверные станции, серверные кластеры, библиотеки данных, серверы доступа;
- корпоративные и локальные компьютерные сети;
- оборудование сетевого обеспечения;
- мультимедийная аппаратура;
- сенсорное оборудование;
- средства связи (телефоны, факс и т.д.).

На протяжении становления страхования, как защиты от рисков предприятий сервиса, в России появляется все больше программ, которые удовлетворяют потребности предпринимателей. Например, программа страхования «информационных рисков», которая наиболее подходит для данного случая (защита информации). Стоит отметить, что максимально развитым сегментом на рынке страховых услуг является страхование от несанкционированного вмешательства в деятельность предприятия, которое предусматривает возмещение убытков, понесенных из-за определенных факторов, а именно:

- нанесение вреда при помощи ввода данных или их изменения в свою пользу;
- введение в ПК специализированных программ (вирусов) которые могут нанести вред или полностью уничтожить данные;
- осуществление блокировки в доступе к данным сайта фирмы.

В данном случае, объектом страхования являются имущественные интересы, которые имеют связь с владением, использованием и обращением с информационными ресурсами, находящиеся на накопительных электронных устройствах.

На основании проведенного исследования на предмет популярности данного вида страхования, были получены статистические данные в процентном соотношении от общего числа страхователей, которые были сведены в гистограмму.

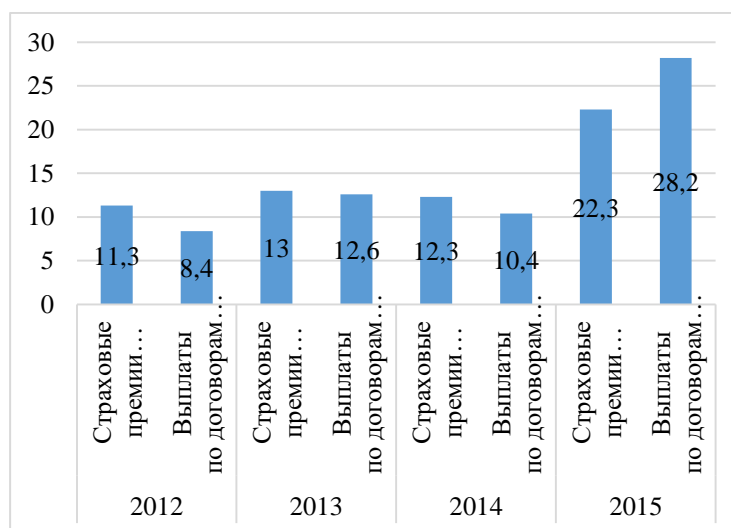


Рисунок 1 - Страхование информационных ресурсов коммерческих предприятий, 2012-2015 гг., %³²

На основании гистограммы можно сделать вывод, что в период с 2012 по 2015 год, страхование становится все популярнее для представителей различных слоев населения, в том числе для предпринимателей, так как успешность ведения бизнеса определяется способностью вести рисковую деятельность и увеличивать размер прибыли фирмы. Для уменьшения риска, бизнесмены прибегают к страховым услугам, которые по соотношению с взносами и возможными убытками фирмы.

Страхование информации на сегодняшний день находится на уровне страхования имущества и жизни. Логично, что страхование информационных ресурсов не защитит предприятия от потери данных, и не вернет ее в полном объеме, но услуги страхования в данном случае компенсируют предпринимателю определенную сумму денежных средств для ее восстановления или изменения курса деятельности фирмы.

Использованные источники:

1. Алехина Е.С. Расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
2. Gornostaeva J., Alekhina E., Kushnareva I. Comparative analysis of efficiency of activity of service enterprises in russia and the countries of eastern europe. Review of Applied Socio-Economic Research. 2014. Т. 7. № 1. С. 72.
3. Pakhomova A.I., Buriakov S.A., Vasenev S.L., Gornostaeva Z.V., Kornienko M.V. localization of the urban workforce reproduction of the modern city Asian Social Science. 2014. Т. 10. № 15. С. 255-260.
4. Zhidkov V.E., Hramtsov A.G., Gornostaeva Z.V., Alekhina E.S., Kushnareva I.V. need for government regulation of organic foods Asian Social Science. 2014. Т. 10. № 23. С. 135-143.

³² <http://www.gks.ru/>

*Елисеева Т.П., д.э.н.
профессор
Россинская М.В., д.э.н.
профессор, зав. каф. ОПиУ
Сенькив А.В.
магистрант
Ежова И.М.
аспирант
ИСОиП (филиал) ДГТУ
РФ, г. Шахты*

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности кадрового планирования в зарубежных странах, а также в России. Проводится аналитическое сравнение, на основе которого делаются выводы.

Ключевые слова: кадровое планирование, компания, персонал, кадровая политика.

Согласно статистике ежедневно в мире открываются и закрываются тысячи фирм и предприятий, и чтобы выжить в такой высокой конкуренции, необходимо вносить новые идеи, проекты для успешного развития своего бизнеса. Но самое главное – это качественный персонал, без которого долго не просуществует ни одна из фирм. Кадровое планирование - одна из ключевых составляющих по набору персонала. То, как фирма планирует набирать персонал, какими знаниями и навыками он должен обладать, зависит дальнейшего развития бизнеса. «Кадровое планирование - это деятельность, имеющая целью предоставить желающим рабочие места в нужное время и в необходимом количестве в соответствии как с их способностями и склонностями, так и с требованиями производства» [1].

Кибанов А. Я. выделяет стратегическое, тактическое и оперативное планирование. Каждый из этих уровней преследует свои цели: экономические, технологические, социальные и другие [2].

В современной литературе [3, 4, 6, 7] отмечается, что в рамках английской школы, с ее системой ценностей, основанной на теории человеческих отношений, характерно формирование кадровой политики построенной на уважении личности работника, системе мотивации и поощрения, а кадровое планирование (Human Resources Planning) ориентировано на создание системы постоянного творческого роста работника за счет программ обучения и повышения квалификации.

Американские фирмы основываются на равенстве затрат на кадровое планирование и достигнутых результатов. Главные принципы здесь: индивидуализм, конкуренция и зависимость личного дохода от прибыли компании.

В условиях избыточного рынка рабочей силы американские

корпорации предпочитают не тратить средства на найм, отбор персонала, а будучи заинтересованными в кадрах высокого качества, прилагают большие усилия в изучении и разработке новых подходов к их планированию и управлению. С одной стороны, стремление обеспечить потребности производства высокопрофессиональными специалистами, с другой – создание условий для эффективного и полного их использования.

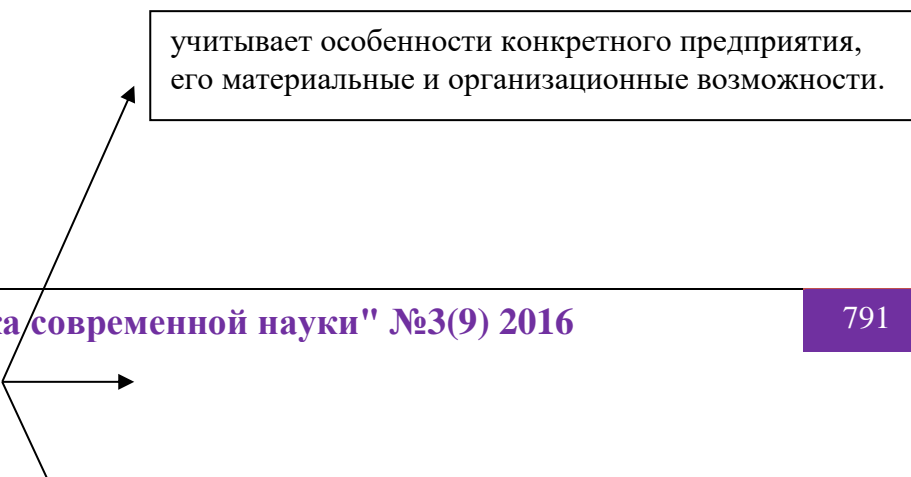
В Японии кадровое планирование строится на следующих основных принципах: коллективизм, национальные традиции, система ценностей, основанная на уважении к старшему, власть и ответственность, иерархия авторитетов. Также выделим черты кадрового планирования всех компаний: социальная ориентация кадрового планирования с преобладанием человеческих и гармоничных отношений между рабочими и управляющими; преданность компании и работе; «пожизненный найм»; приоритет коллективных интересов; долгосрочное кадровое планирование и постоянная ротация персонала;

В Германии крупные концерны применяют математически точные модели кадрового планирования, а небольшие компании выступают сторонниками использования методов с наиболее низкими издержками. Одной из особенностей германских фирм является то, что они тесно взаимодействуют с университетами для разработки индивидуальных учебных программ под конкретную фирму - заказчика. Студент, окончивший университет и устраивающийся на работу по специальности, уже понимает чего ему ожидать от работы, какие там требования. В свою очередь работодатель знает, какими навыками и знаниями будет обладать студент. Этот опыт необходимо внедрять и в нашей стране.

На итальянских предприятиях используются американские методы управления персоналом. В южных районах, с чисто итальянской спецификой, управление на предприятиях осуществляется без определенной системы, по отклонениям в результате возникших ситуаций.

В Италии практически советская система подбора и перемещения кадров на основе субъективных факторов: родственных и дружеских связей и т.п. Отсутствуют стимулы, способствующие повышению квалификации, отдается приоритет административным методам управления.

На основании вышесказанного можно выделить следующие требования кадровой политики при осуществлении кадрового планирования в зарубежных компаниях (Рис.2):



учитывает особенности конкретного предприятия, его материальные и организационные возможности.

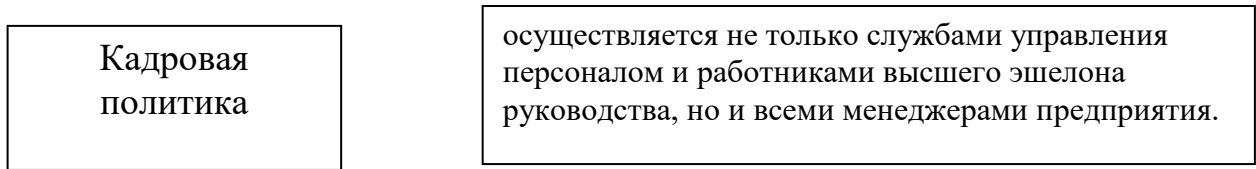


Рис.2. Основные требования к кадровой политике.

Если сравнивать российские компании с зарубежными, то можно проследить, что отечественные компании не имеют четко сформированной политики кадрового планирования. В большинстве случаев работодатели обращаются к поиску персонала на рынке труда (газеты, интернет, рекрутинговые агентства и т.д.). Отсутствие применения специальных инструментов и методов кадрового планирования приводит к неэффективному использованию и распределению важного ресурса - кадров. Это создает угрозу будущему развитию компании, а также всей экономики страны в целом.

В отечественной литературе [3,5,8] при рассмотрении кадрового планирования выделяют два его аспекта: формирование плана мероприятий по привлечению работников необходимой квалификации и мероприятия по использованию, сохранению, развитию и высвобождению персонала. В ходе кадрового планирования осуществляется расчет профессионально-квалификационной структуры, определение общей и дополнительной потребности, контроль за рациональным использованием персонала.

Анализируя всю информацию, можно сделать вывод, что в разных странах имеются свои подходы и методы кадрового планирования. Наиболее успешные в этой области такие страны как Япония, США, Германия. Для успешного развития экономики России необходимо развитие отечественных предприятий, и одним из шагов этого развития является оптимальное кадровое планирование. Главной задачей компании является обеспечение в нужное время необходимое количество рабочих мест. Также персонал должен обладать соответствующей квалификацией, необходимой для решения производственных задач компании, ее развитию. Кадровое планирование должно создавать условия удовлетворенности работой и повышение производительности труда персонала.

Использованные источники:

1. Музыченко В. В. Мастер-класс по управлению персоналом. Москва. -

«ГроссМедиа Ферлаг». – 2009. - С. 83.

2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации. Учебник/Под ред. А. Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М. -2010. - С. 244-245.

3. Кузьминский С. С. Теоретико-методологические основы кадрового планирования как элемент кадровой политики//Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. Москва. - 2013. - №6. - С. 44-45.

4. Бажин А. С., Светайло Р. В., Овчинников А. С. Зарубежный опыт организационно-кадрового аудита и кадрового планирования // «Экономика и социум». - 2015. - №1(14). - С. 12.

5. Елисеева Т.П. Стратегическое планирование предпринимательской деятельности субъектами муниципального образования. // Материалы Международной научно-практической конференции «Перспектива -2009», Т.3. Нальчик, 2010. – С. 78.

6. Загоруйко Е.А., Россинская М.В. Особенности управления персоналом в различных странах мира //Вестник Гуманитарного института. 2015. № 2 (16). С. 89-92.

7. Елисеева Т.П. Опыт инновационной профессиональной подготовки социальных работников в США // Материалы X Международного Социального конгресса: «Россия и современный мир: социальные вызовы и стратегия инновационного социального развития», РГСУ, Сочи -2011. С. 101-103.

8. Елисеева Т.П., Ежова И.М. Стратегия кадрового планирования в организации // Материалы 5-й Международной научно-практической конференции «Институты и механизмы инновационного развития: Мировой опыт и российская практика», Юго-Западный государственный университет, Курск - 2015. С.54.

*Жидков В.Е., д-р технич.наук
профессор, зав.кафедрой «Сервис»*

*Лазарева Н.В., д-р экон.наук
доцент, профессор
кафедра «Сервис»*

*Технологический институт сервиса (филиал)
ФГОУ ВО «Донской государственный технический университет»
Россия, г. Ставрополь*

**ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ
ПРИНЦИПОВ ХАССП – ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ**

В статье рассматриваются вопросы повышения

конкурентоспособности предприятий питания на основе повышения качества и безопасности продуктов питания. Рассматриваются различные системы управления качеством. Подчеркивается важность и необходимость внедрения сертифицированной системы ХАССП.

Ключевые слова: предприятия питания, качество и безопасность продуктов питания, менеджмент качества, принципы ХАССП.

Конечный результат любого производства необходимо оценивать с точки зрения качества выпускаемой продукции. Наибольшее значение, по нашему мнению, необходимо уделять качеству продуктов питания, так как от них зависит не только здоровье, но и жизнь человека. Современный потребитель понятие «качественный продукт» отождествляет с безопасным продуктом. Ассортимент продуктов питания постоянно расширяется, так в производство внедряются новые инновационные технологии. Так как на любом этапе технологического процесса может возникнуть угроза безопасности продуктов питания, необходимо разрабатывать и внедрять адекватные процедуры контроля качества. Мы считаем, что необходимо обеспечивать безопасность продуктов питания на всех стадиях жизненного цикла продукции.

По нашему мнению, ответственность за производство и осуществление контроля безопасности пищевых продуктов должны нести как изготовители, так и органы государственного регулирования. Эффективными инструментами защиты потребителей от недобросовестных производителей являются нормативная база, устанавливающая требования к продукции, метрология, оценка соответствия и система контроля [2].

Выпускать продукцию, а тем более продукцию питания, без системного управления невозможно. Для того чтобы позиционировать себя на рынке, необходимо наличие в том или ином виде системы управления [6, 7].

Проанализировав различные системы менеджмента качества, мы сделали вывод, что наиболее эффективной моделью управления качеством и безопасностью продуктов питания является система ХАССП (пер. с англ. Hazard Analysis and Critical Control Points (НАССП)). Данный вывод базируется на том, что эта система позволяет вести контроль на всех этапах производственного процесса, а также при хранении и реализации продукции, во избежание возникновения опасных ситуаций.

Если рассматривать зарубежные предприятия сферы питания, то следует отметить, что на каждом существует своя собственная система ХАССП, учитывающая все внутренние особенности технологического процесса. Разработанную систему периодически пересматривают с учетом всех возникающих изменений. Таким образом предприятия сферы питания могут обеспечивать защиту своей продукции или торговой марки на рынке [3, 4].

Мы считаем, что в качестве безусловного достоинства системы ХАССП следует считать возможность предупреждать возможные проблемы на протяжении всей технологической цепочки. Это является своеобразной гарантией для потребителя наилучшего качества продуктов питания, что является важным аспектом при ожесточающейся рыночной конкуренции. [5]

Концепция ХАССП в рамках системы внутреннего контроля на предприятиях питания призвана противодействовать прежде всего возникновению опасностей для здоровья потребителя. Мы попытались провести сравнительный анализ систем управления безопасностью продуктов питания (табл. 1)

Таблица 1 - Сравнительная характеристика систем управления безопасностью продуктов питания

Наименование системы управления безопасностью продуктов питания	Характеристика системы	Область применения	Недостатки
ХАССП	Позволяет сконцентрировать усилия предприятия на критических областях производства, снизить риск выпуска и продажи опасного продукта	На предприятиях питания	Направлена на технологический цикл производства, не является системой отсутствия рисков
ISO 22000	Позволяет решать вопросы информирования, менеджмента и контроля рисков	На предприятиях, поставляющих продукты питания, организациях - производителях оборудования, упаковочного материала, добавок и ингредиентов	Не устанавливает требования к обязательным предварительным программам.
BRC	Обеспечивает качество и безопасность продуктов питания основываясь на принципах ХАССП, регламентирует применение надлежащей производственной практики (GMP)	На предприятиях питания - поставщиков ведущих торговых сетей	Не все требования подходят для конкретного предприятия
IFS	По своему содержанию аналогичен стандарту BRC. Обеспечивает безопасность продуктов питания на протяжении всей производственно-сбытовой цепи	На всех предприятиях питания, поставляющих продукты питания на предприятия розничной и оптовой торговли	Не все требования подходят для конкретного предприятия

FSCC	Объединяет требования ISO 22000 и PAS 220 (PAS 223). Содержит детальные требования к предприятиям, производящим пищевые ингредиенты и пищевые продукты	Для всех предприятий питания	Не выявлено
Synergy 22000	Объединивший требования ISO 22000 и ISO 22002.1	Для всех предприятий питания	Не выявлено

В основе проанализированных систем находятся принципы ХАССП, такие как определение опасностей, оценка рисков и выявление критических точек в технологической цепочке. Следует заметить, что система ХАССП может способствовать построению полноценной системы управления, основной задачей которой может стать предупреждение опасных и потенциально опасных продуктов питания.

На сегодняшний день анализ рисков предприятий питания целесообразно проводить по следующим этапам, которые могут гарантировать безопасность продукции.

1. Анализ опасностей. На данном этапе необходимо выявить все возможные опасные факторы. Далее для каждого фактора оценить вероятность его появления и возможные последствия.

2. Определение критических точек – мест, где можно провести контроль.

3. Расчет критических пределов для каждой критической точки.

4. Разработка системы мониторинга для каждой критической точки.

5. Выработка корректирующих действий.

6. Проведение проверки.

Однако, при применении системы ХАССП предприятия питания могут столкнуться и с некоторыми трудностями. Прежде всего при внедрении и реализации данной системы необходима поддержка руководства. Относительно большое количество этапов может спровоцировать бюрократизацию системы. Весь состав работников, вовлеченный в работу, необходимо обучать, что потребует дополнительных финансовых вложений.

Оценка опасностей является ключом к эффективной системе управления безопасностью продуктов питания, так как ее выполнение помогает создать эффективную комбинацию мер контроля. Применение ХАССП помогает предприятиям питания получить долгосрочные конкурентные преимущества в следствии предотвращения брака на ранних стадиях, снижения производственных издержек, привлечение всего персонала к решению задач в области безопасности конечной продукции, укрепления авторитета торговой марки, повышения инвестиционной привлекательности [1].

Таким образом, сегодня ХАССП – это методический инструмент для

решения сохранности и безопасности продовольствия. Основные мотивы к внедрению ХАССП на предприятии могут стать регламентирующие требования, давления со стороны партнеров или клиентов, стремление к совершенствованию собственного предприятия.

Использованные источники:

1. Алехина Е.С., Горностаева Ж.В. Применение клиентоориентированного подхода на предприятиях сервиса // Экономика и предпринимательство. 2015. № 4-1. С. 426.
2. Воропаева Л.В., Лазарева Н.В., Семенова Л.В., Фурсов В.А. Организация предпринимательской деятельности - Ставрополь, 2010.
3. Горностаева Ж.В. Стратегическое планирование на малых предприятиях сферы услуг // Современные наукоемкие технологии. 2010. № 1. С. 69-71.
4. Лазарева Н.В., Фурсов В.А. Сбалансированный подход в стратегическом управлении промышленными предприятиями // Мир науки, культуры, образования. 2014. № 2 (45). С. 413-416.
5. Некрасова С.О. Совершенствование организационно-экономического механизма управления предприятиями общественного питания (на примере предприятий питания Республики Адыгея): дисс.канд.экон.наук, Майкоп, 2007.
6. Фурсов В.А., Лазарева Н.В. Управление организационно-экономическим механизмом функционирования региональной рыночной инфраструктуры // Kant. 2011. № 2. С. 59-62.
7. Fursov V.A., Lazareva N.V. Cluster approach in the strategic management of development in the region. В сборнике: Applied and Fundamental Studies Proceedings of the 1st International Academic Conference. Publishing House "Science and Innovation Center", International Journal of Advanced Studies. 2012. С. 627-632.

*Заикина М.Н.
студент 3 курса
Горностаева Ж.В., к.э.н.
научный руководитель, профессор
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация: В данной статье автор рассматривает проблему сокращения иностранных инвестиций на отечественном рынке недвижимости. Поднимается вопрос о необходимости изменения подхода по привлечению инвестиций из-за рубежа.

Ключевые слова: инвестиции, инвестор, рынок недвижимости, сфера

услуг.

В условиях экономической неустойчивости, инвестиции в недвижимость остаются наиболее надежным видом капиталовложений, т.к. рыночная и инвестиционная стоимость в меньшей мере подвергаются изменениям. Сегодня ведущими инвесторами на рынке недвижимости являются российские финансово-промышленные группы. Государство и правительственные органы являются одним из важнейших рычагов воздействия на рынке, в том числе и крупнейшим инвестором в системе рыночных отношений.

Принимая во внимание весомое технологическое отставание отечественной экономики, одной из ведущих проблем на рынке недвижимости является привлечение иностранных инвестиций. Большинство экономистов предполагает, что с приходом иностранного капитала на рынке недвижимого имущества будут использованы достижения научно-технического прогресса и передовой опыт управления. Данный механизм считается более выгодной формой капиталовложения, нежели получение кредитов, которые только увеличивают государственный долг.

Рекордно низкий показатель, за последние десять лет по объему иностранных инвестиций в недвижимость, был установлен в 2015 году и составил \$2,5 млрд. [4] По данным компании JLL, предоставляющей комплексные услуги в сфере недвижимости, можно наблюдать следующую динамику капиталовложений в недвижимое имущество (Рисунок 1):

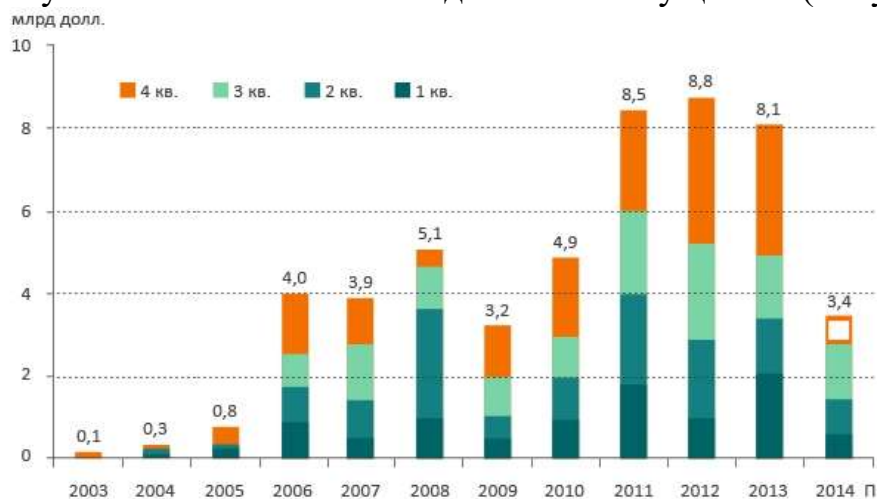


Рисунок 1 - Динамика иностранных инвестиций в недвижимость [3].

Если сравнивать рынок недвижимого имущества по секторам в период с 2014 по 2015, то JLL выделяет офисный сегмент как лидера иностранных инвестиций (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Доля инвестиций по секторам рынка недвижимости [3].

Главной причиной данного явления на рынке недвижимости является прозрачность сделок с офисным имуществом для потенциальных клиентов. Офисные центры имеют большую ликвидность благодаря своим размерам. Также причинами, привлекающих инвесторов вкладывать в офисный сегмент, являются меньшие затраты на реализацию нового проекта. Собственникам капитала не нужно постоянно рекламировать здание, в основном в себестоимость включаются расходы на запуск и эксплуатацию центра.

Конечно, интересы отечественной экономики не совпадают с интересами иностранных инвесторов, значит, необходимо привлекать капиталы так, чтобы не лишить их собственников мотивации вкладывать. При этом параллельно ориентируя их работу на пользу нашего рынка. Однако на отечественном рынке недвижимого имущества существует ряд значительных причин, почему иностранные инвесторы остерегаются сотрудничать с российскими физическими и юридическими лицами. Основные препятствия:

- Высокий уровень коррупции, при котором огромные суммы денег ежегодно «вымываются» из российской экономики, оседая на частных счетах зарубежных банков. В данном случае речи о привлекательном инвестиционном климате не может идти;

- Сложность создания и ведения собственного бизнеса. Специалисты Всемирного банка говорят о высокой степени бюрократизации всех важных процедур в бизнес-сфере. В рейтинге по благоприятным условиям ведения бизнеса Doing Business (составляется Всемирным банком и IFC) за 2013 год Россия поднялась со 112 только на 93 место [4];

- Противоречивость и количество законодательных актов;

- Значительный уровень экономической преступности, по сравнению с мировыми показателями.

Также к причинам, отпугивающих иностранных инвесторов от капиталовложения в отечественный рынок недвижимости можно отнести склонность России к нефти как к основному источнику наполнения бюджета, низкое качество образование и уровень жизни населения, недостаток экономического роста и неразвитость фондового рынка. Поэтому

низкая инвестиционная привлекательность отечественного рынка недвижимости как со стороны иностранных, так и со стороны граждан страны совершенно понятна и закономерна.

Государство, как один из мощных механизмов регулирования на рынке недвижимости, должно привести в исполнение модернизирующую программу, которая могла вернуть доверие инвесторов и упрочить желание вкладывать в отечественную экономику. И ключевым моментом данной программы должно стать свободное экономическое пространство.

В первую очередь, не ставить инвесторов перед фактом, отказываясь платить по долгам в одностороннем порядке и на собственных условиях. Все стороны должны выполнять свои обязательства.

Во-вторых, необходимо внедрять законодательную базу, которая гарантировала права всем участникам. Зачастую все либеральные нововведения – это временное явление, которое может измениться в соответствии с ведущей политикой.

Одним из важнейших аспектов данных мероприятий является прогнозируемость событий, происходящих в стране. Новый инвестиционный климат в стране должен избавить инвесторов от боязни риска вкладывать в отечественную недвижимость. При этом привлекая инвестиции из-за рубежа нельзя ограничивать в правах отечественных инвесторов, и предоставлять им различного рода льготы и займы.

Использованные источники:

1. Горностаева Ж.В., Алехина Е.С., Демьяненко Е.Н. Необходимость внедрения инноваторских подходов на рынке жилья. В сборнике: современный взгляд на будущее науки Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2015. С. 32-34.
2. Алехина Е.С. расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг. Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
3. [Электронный ресурс] URL: <http://www.jll.ru/russia/ru>, (дата обращения 23.02.2016)
4. [Электронный ресурс] URL: http://www.domofond.ru/statya/inostrannye_investitsii_v_nedvizhimost_rossii_sokratilis_na_5/4580, (дата обращения 23.02.2016)

Зайцева А.Н.

студент 4 курса

Пахомова А.И., к.э.н.

научный руководитель, доцент

кафедра «Сервис»

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

Донской Государственный Технический Университет

ВЛИЯНИЕ ФИРМЕННОГО СЕРВИС-СТИЛЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в данной статье рассмотрен вопрос влияния фирменного стиля предприятия на эффективность его деятельности. Проанализированы характерные особенности атрибутов имиджа фирмы.

Ключевые слова: сервис-стиль, имидж, бренд.

Интенсивное развитие экономики в России и тесное взаимодействие с другими странами формирует условия, в которых любое торговое предприятие участвует в конкурентной борьбе за своего потребителя. На укрепление рыночных позиций торгового предприятия влияет множество разнообразных факторов. Одним из таких факторов является фирменный стиль предприятия [1]. Фирменный сервис-стиль – это составная часть нематериальных активов, которая имеет такое же немало важное значение для увеличения рыночной стоимости компании, как и её финансово-экономические показатели.

Актуальность этой темы заключается в том, что формирование фирменного сервис-стиля – неотъемлемая часть каждой успешной современной компании. Процесс создания фирменного стиля в совокупности с высоким качеством изготавливаемой продукции создает неповторимый имидж компании, который продвигает её на рынке, и тем самым способствует стабильному росту интереса к выпускаемой ею продукции, в частности через фирменную символику происходит основной процесс развития предприятия, бренда.

Фирменный сервис-стиль обеспечивает формирование оценки определенных атрибутов имиджа, которые создаются посредством использования маркетинговых методов, играющих предопределяющую роль во взаимодействии фирмы с партнерами, работниками, поставщиками, акционерами и клиентами. Он напрямую воздействует на формирование их мнения о предприятии, степень доверия к ней и стремление вкладывать свои средства в этот бизнес [2]. Но для того чтобы фирма извлекла наибольшую выгоду от персонального фирменного стиля, работы по его созданию, развитию и защите должны быть так же неотъемлемой частью ежедневной деятельности.

За последние 10 лет в России возрастающий интерес со стороны и торговых, и муниципальных формирований уделяется фирменному стилю.

Многие фирмы стараются выделить свою фирменную марку среди большого числа брендов. Не только подбирают отличные от других форму и цвет, но и делают шаги вперед в узнаваемости фирменного знака целевой аудиторией. Для решения данных задач устанавливаются жесткие визуальные стандарты.

Создание фирменного стиля в совокупности с высоким качеством

продукции создаёт превосходный имидж компании, продвигая её на рынке, и тем самым, содействуя постоянному увеличению спроса к производимым ею товарам.

Очень важно стремиться к узнаваемости и положительных ощущений от бренда. Безукоризненно и правильно сохраняемый фирменный стиль содействует созданию позитивного имиджа, увеличивает результативность маркетинговых шагов, содействует популярности фирмы на рынке, стимулирует доверие вероятных клиентов [3].

Исследование уже имеющегося стиля, его изменение или полная замена, может помочь компании перейти на новый уровень и привлечь новых клиентов и партнеров, выделиться на фоне конкурентов, а так же обратить внимание клиентов именно на данный товар или услугу.

Используя легко узнаваемые фирменные компоненты стиля, легче провести рекламную кампанию и выйти на желаемый результат.

Фирменный стиль создает успешный образ компании и ее товаров, который вследствие всего существенно влияет на ее имидж и репутацию.

Тем самым, фирменный стиль - это значительная составная часть в успешном продвижении бренда фирмы [4]. Он сформировывает имидж компании и считается особой основой для удачного становления любого бизнеса.

Использованные источники:

1. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы – СПб: Питер, 2007. – 368 с.
2. Морган Г. Имиджи организаций. Восемь моделей организационного развития. - М:Вершина, 2008. – 256 с.
3. Спивак В.А. Корпоративная культура – СПб.: Питер, 2011. – 352 с.
4. Ульяновский А.В. Корпоративный имидж: технологии формирования для максимального роста бизнеса.- М: Эксмо, 2012. – 398 с.

*Иванова Е.В., к.философ.н.
доцент*

*ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
Россия, Ростовская область, г. Шахты*

ПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ МЕНЕДЖЕРОВ ТУРАГЕНТСТВ В ПРЕДОСТАВЛЕНИИ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Аннотация: В данной статье анализируется профессиональная подготовка менеджеров турагентств в предоставлении сервисных услуг. В статье идет речь о значимости тренингов и курсов в повышении уровня квалификации менеджеров в сфере туризма. В результате составлена картина «идеальный» менеджер для работы в туристской индустрии.

Ключевые слова: менеджер, турагентство, сервис, персонал,

подготовка кадров.

С развитием международной торговли и глобальных связей во всех областях человеческой деятельности растут усилия ученых и менеджеров разных турагентств по совершенствованию процесса управления персоналом. Индустрия туризма уникальна тем, что менеджеры составляют большую часть ее продукта (товара, услуги). Если проводить анализ экономических исследований в области туристской индустрии, которая непрерывно развивается, можно увидеть, что когда встает вопрос о совершенствовании системы управления турагентством, то особое внимание уделяется вопросам окружающей среды, рынка, конкурентам, потребителям и т.д. Однако главные усилия процесса управления в туристской индустрии должны быть направлены на профессиональную подготовку кадров (менеджеров) и повышение их квалификации [1, с. 17]. Ведь менеджер является ключевой фигурой в предоставлении продукта (товара, услуги) потребителю. Соответственно, качество обслуживания, качество предоставления сервиса в турагентствах зависит от мастерства и сознательности менеджеров. Удовлетворение потребителя в сфере сервисной культуры достигается вежливостью, доброжелательностью и отзывчивостью менеджеров.

Эффективная система управления людьми превращается в одну из самых важных функций любого турагентства, то есть турагентство должно разрабатывать и поддерживать в рабочем состоянии процедуры определения потребностей и проведения обучения всех менеджеров, которые ответственны за работу и влияют на качественное предоставление услуги. Менеджеры, ответственные за работу, должны иметь соответствующую квалификацию, которая подтверждена аттестатом или тестированием, знаниями или опытом, которые отвечают общепринятым требованиям [2].

Для поддержания качества обслуживания и качества предоставления сервиса необходимо разработать собственные стандарты обслуживания потребителя, то есть определенный комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания потребителей. Этот комплекс будет способствовать установленному уровню сервиса для всех производимых операций. Стандарт должен определять основные критерии, по которым потребитель может оценить предприятие, а также работу менеджеров. К таким критериям в турагентстве, например, относятся: внешний вид менеджера, знание иностранных языков, личный опыт путешествий и многое другое. Однако эти стандарты в полной мере не решают вопросов о качественном предоставлении сервиса потребителям, так как качество туристских услуг – это свойство, которое предназначено для формирования у потребителя чувства удовлетворенности, восприятия, полученного обслуживания как соответствующего его требованиям и ожиданиям [1, с. 18].

Потребителей у турагентств великое множество, и у каждого свои

определенные ожидания и свое обусловленное индивидуальными особенностями психики и интеллекта восприятие получаемого обслуживания и реакция на него, а все потому, что восприятие не может быть описано в виде алгоритма действий на все случаи жизни. Предоставление сервисной деятельности и качества обслуживания в турагентствах зависит от умения менеджеров:

- распознавать и оценивать требования каждого потребителя;
- оценивать восприятие потребителя;
- оперативно корректировать по необходимости процесс обслуживания, добиваясь полного удовлетворения каждого потребителя предоставленным сервисом.

В настоящее время, для высококвалифицированной работы и повышения качества труда менеджеров в турагентствах, помимо технологической подготовки, знаний в области туристского бизнеса и туристской индустрии в целом, уделяют особое внимание психологической подготовке, владению вопросами межличностного общения и опыту личных путешествий. Так же все большее значение уделяют личностным качествам менеджера, его интуиции, опыту, способности и умению оценивать ситуации с различных сторон, в том числе и с точки зрения своих потребителей, возможностям творчески и новаторски подходить к решению возникающих проблем.

Таблица 1 – «Идеальный» менеджер для работы в туристской индустрии

Требования, предъявляемые к менеджеру в сфере туризма	Уровень, соответствующий требованиям (1 – наименьший, 5 – наибольший)				
	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
Образование в сфере туризма				+	
Знание иностранного языка				+	
Знание географии стран мира					+
1	2	3	4	5	6
Знание правовой системы Российской Федерации в сфере туризма			+		
Знание правил страхования и бронирования основных туристских услуг			+		
Работа на персональном компьютере с различными информационными системами			+		
Стаж практики и (или) работы в сфере туризма			+		
Личные и деловые качества					
Коммуникабельность				+	
Ответственность					+
Обучаемость					+

Умение работать в команде			+		
Стрессоустойчивость					+
Ориентация на достижение результата				+	
Внимательность					+
Аккуратность				+	
Способность планировать и организовывать работу					+
Уверенность				+	

Из приведенной таблицы прослеживается тенденция наиболее приемлемым предпочтениям таким личностным и деловым качествам, как ответственность, обучаемость, стрессоустойчивость, внимательность и способностью к планированию и организации работы менеджера. Выбор этих качеств объясняется тем, что в туристской индустрии любая ошибка влечет за собой серьезные последствия на выбор потребителя и его удовлетворенность, как в работе менеджера, так и в его профессиональной компетенции.

В перспективе в туристской индустрии должна происходить переориентация системы управления по пути подготовки и повышения квалификации менеджеров, что вызвано рядом причин:

- турагентство, у которого нет сильных кадров (менеджеров), в условиях рынка не выдерживает конкуренцию;
- ведение бизнеса в условиях жесткой конкурентной борьбы заставляет турагентство повышать требования к менеджерам. Между турагентствами существует конкуренция за «лучших» менеджеров;
- возрастает самостоятельность турагентства в работе с менеджерами, так как не стало министерств и единых нормативных актов, которые унифицировали работу с кадрами на совершенно разных по профилю предприятиях. Организация кадровой политики в большей степени зависит от самого предприятия, от инициативы и компетентности ее руководства [3, с. 106].

Поэтому наиболее передовые в мире турагентства уже признают, чтобы быть конкурентоспособными на туристском рынке, необходимо иметь профессионально подготовленных менеджеров и серьезно заниматься вопросами системы управления. Главная задача кадровой политики сегодня – поиск и привлечение «качественных» менеджеров и создание условий для полного раскрытия их потенциала.

Исходя из этой задачи, определяются функции кадровой политики предприятий, но не все турагентства следуют этой системе кадровой политики. К основным функциям относятся:

- формирование кадровой политики турагентства и создание системы документов, которые будут отражать эту кадровую политику и отдельные ее составляющие;
- проектирование должностей, определение структуры персонала и

требования к менеджерам;

- подбор менеджеров и персонала в целом;
- аттестация и оценка менеджеров, вывод и перемещение менеджеров;
- обучение и профессиональное развитие менеджеров;
- совершенствование системы оплаты и стимулирование труда;
- формирование корпоративной культуры турагентства, управление психологическим климатом и нематериальная мотивация менеджеров;
- обеспечение в работе с кадрами требований действующего трудового законодательства;
- кадровое делопроизводство [3, с. 108].

Целью системы подготовки и повышения квалификации менеджеров в туристской индустрии является предоставление высокого уровня обслуживания и соответствующего уровня предоставления сервисной деятельности для удовлетворения потребителей любой категории. Но, к сожалению, современные турагентства при выборе менеджера ориентируются на четыре основных аспекта: политическая грамотность, моральная устойчивость, компетентность, наличие организаторских способностей. Например, в Великобритании квалификационные основные аспекты отличаются от нашей современной системы подбора менеджеров:

- понимание природы управленческих процессов, знание основных видов организационных структур управления, функциональных обязанностей и стилей работы, владение способами увеличения эффективности управления;
- способность разбираться в современных информационных технологиях и средствах коммуникации;
- ораторские способности и умение выражать мысли;
- владение искусством управления людьми, подбора и подготовки кадров, регулирования отношений среди подчиненных;
- способность налаживать отношения между агентством (фирмой) и ее потребителями, управлять человеческими ресурсами, планировать и прогнозировать их деятельность;
- способность к самооценке собственной деятельности, умение делать правильные выводы и повышать квалификацию;
- умение оценивать не только знания, но и проявлять навыки на практике.

Для того чтобы добиться наиболее высокого уровня квалификации менеджеров в сфере туризма, необходимо проводить специальные тренинги и курсы, где в теории каждый менеджер сможет спроецировать некую модель того, каким менеджером необходимо быть, чтобы добиться соответствующего уровня в туристской индустрии:

1. Знания и умения менеджера – так как менеджер достигает результата своего труда, воздействуя на других лиц, то главные

профессиональные знания, нужные менеджеру, находятся в области социальной психологии;

2. Личные качества – это нестандартное мышление, решительность и настойчивость в достижении цели, инициативность, умение выполнять обязательства и обещания, высокий уровень эрудиции, твердость характера, справедливость, тактичность, опрятность и аккуратность, умение расположить к себе, чувство юмора и хорошее здоровье;

3. Этические нормы – это соблюдение норм деловой этики, то есть нормы поведения менеджера в рыночной экономике, его нравственные принципы и идеалы;

4. Личные ресурсы менеджера – основными его ресурсами являются информация и информационный потенциал в целом, время и люди. Умело используя эти ресурсы, руководитель получает высокие результаты, постоянно повышая конкурентоспособность руководимого им турагентства;

5. Навыки и способности менеджера эффективно управлять (умение определить темперамент и характер потребителей, умение управлять собой, изобретательность и способность к инновациям, высокая способность влиять на потребителей и их мнение, знание современных управленческих подходов);

6. Ограничения в саморазвитии менеджера – определенный интерес в этой связи представляет собой концепция ограничений. Идея ее состоит в том, что все менеджеры имеют возможность развивать и повышать эффективность своей работы. Однако присутствуют такие области, в которых они, мягко говоря, не компетентны, что и является для менеджеров ограничением. Выявив такие ограничения, можно сосредоточить внимание на тех факторах, которые препятствуют полной реализации всех личных возможностей менеджера [4, с. 109].

Таким образом, при подготовке и повышении квалификации менеджеров турагентств необходимо учитывать не только основные аспекты деятельности, но и дополнять профессиональные, психологические и моральные качества, умения, навыки в работе с потребителями. Создавать стандарты для каждого турагентства и стараться соблюдать все его правила для достижения доминирующего места на конкурентном туристском рынке и расширения базы потребителей.

Использованные источники:

1. Фоломкин, Т.А. Роль сервисной деятельности в реализации интересов личности / Т.А. Фоломкин // Формирование и развитие сферы услуг. – 2008. – 17-21 с.
2. ГОСТ Р 50691-2013 Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг [Электронный ресурс]: Интернет-ресурс. – URL: <http://www.standartgost.ru/> ГОСТ Р 50691 – 2013, свободный (дата обращения: 05.03.2016).
3. Лычак, Я.Д. Ключевые квалификации специалистов сферы туристского

сервиса / Я.Д. Лычак // Вестник РГУ им. И. Канта. – 2008. – № 5. – 106-110 с.
4. Чернышев, Б.Н. Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание / Б.Н. Чернышев // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – №1. – 109-110с.

*Исаева Е.В.
магистрант, 2 курс
Мысова О.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент
ИСОиП (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

АДАПТАЦИЯ СОТРУДНИКОВ В ГОСТИНИЦЕ

Комплектование штата сотрудников гостиницы представляет собой оформление внешних сотрудников в компанию. Комплектация штата представляет собой материально затратный и очень долгосрочный по времени процесс.

В гостинице, адаптация – это процесс взаимного ознакомления нового сотрудника с предприятием и самого предприятия с сотрудником.

Исходя из позиции работника, можно выделить две ступени этого процесса:

1. Первичная – это процесс знакомства сотрудника, не имеющего ранее опыта работы, с гостиницей. В основном это касается кандидатов, недавно окончивших свое обучение.

2. Вторичная – представляет собой ознакомление сотрудника, работавшего ранее, но, переводящегося на новую должность, либо, на другое предприятие.

Адаптация новых сотрудников в гостинице, может упростить «вливание» новых людей в работу предприятия. В большинстве случаев, 90% сотрудников, решивших сменить место работы в течение первого года, пришли к этому выводу в первый день посещения нового предприятия.

Обычно новичок встречается со многими препятствиями, значительная часть которых возникает из-за отсутствия сведений об организации, коллегах и т. д. Другими словами конкретизированный процесс введения новичка в должность, должен помочь исключить множество трудностей, возникающих в начале работы.

Вдобавок способы включения новичков в деятельность организации могут очень активировать творческий потенциал действующих работников и умножить их вовлеченность в корпоративную культуру гостиницы.

Для начальства сведения о том, как формируется в его отделе, адаптация новых сотрудников, должен многое рассказать о стадии развития коллектива, его единстве и внутренней связанности.

Чаще всего большое количество сотрудников, приступая к выполнению новых рабочих обязанностей или придя в новую организацию,

стремятся показать себя с лучшей стороны. Но, выполнение обязанностей на новом рабочем месте часто связано с неприятными моментами [3].

Существуют особые «страхи» работников, сопряженные с риском потерпеть неудачу на новом месте работы:

- страх быть уволенным;
- страх не добиться уважения других работников организации;
- страх не понять свои должностные обязанности;
- страх быть не компетентным;
- страх не понравиться коллективу предприятия;
- страх не «принять» действующих сотрудников самому;
- страх не сработаться с начальником.

Помимо всего этого, потребность регулирования адаптацией, бесспорна в силу того, что статистические данные множества предприятий говорят о большом количестве увольнений, происходящих в первый месяц работы новичков [2].

Выделяют следующие подходы к адаптации.

Предприятия, оформляющие на работу новичка, используют «оптический», «армейский», «партнерский» подходы к адаптации.

1. «Оптический» подход – чаще всего заключается в словах «приступайте к работе, а в процессе вхождения в должность, будем обсуждать зарплату и обязанности». Обычно такие руководители полагают, что на рынке рабочей силы много квалифицированных специалистов и каждого из них можно легко заменить. Этот подход вызывает у соискателя чувство несерьезности предприятия и отсутствия интереса в его способностях.

2. «Армейский» подход можно охарактеризовать так: «трудно в учении, легко в бою». В процессе прохождения испытательного срока новичку создаются лишние препятствия в виде чрезвычайно сложных и ответственных поручений. Вместе с тем, новичка не знакомят с действующими правилами и ничего не объясняют. Часто, предприятия, использующие этот подход, прерывают время работы с каждым не устроившим новичком с испытательным сроком, а после приглашают на работу нового сотрудника.

Зачастую, это не жесткая «потогонная» система, а желание руководителя подобрать лучшего сотрудника, которая, в конце концов, может привести к отрицательным последствиям.

Претенденты, проходившие испытательный срок в подобных организациях, либо успокаиваются - при положительном исходе, и считают, что все самое сложное позади, либо, при отрицательном исходе - желают отомстить за жестокое и некорректное отношение.

Помимо этого на предприятия такого типа возникает «дедовщина», что значительно усложняет жизнь новичкам. В конечном итоге такое предприятие может оказаться без притока внешних кандидатов. Такое

жесткое отношение к новичкам, возможно только в том случае, если оно транслируется со стороны руководства всегда и ко всем сотрудникам, и вся политика компании в этой сфере имеет такой же характер. Это позволяет новичку не заметить окончание испытательного срока.

3. «Партнерский» подход чаще всего применяют предприятия, которые имеют значительный и разнообразный опыт подбора сотрудников. Фактически это подход интерпретируется как признак зрелости предприятия, понимающей необходимость быстрого определения соответствия соискателя к должностным требованиям вакантной должности и целесообразного снижения материальных трат, неизбежных при найме персонала и его адаптации.

Опытный руководитель должен понимать, что безупречных рабочих не бывает, и что каждое оформление новичка на работу – соглашение между ожиданиями и существующей очевидностью [4].

Символически процесс адаптации делят на следующие этапы [1].

Первый. Оценивать уровень готовности новичков нужно для того, чтобы создать максимально результативную адаптацию. Если новенький владеет особой подготовкой и опытом работы в схожих направлениях в других компаниях, время его адаптационного процесса будет коротким. Но нужно помнить, что даже в таких случаях, можно применять необычные решения в знакомых ситуациях.

Из-за того что, на структуру множества предприятий влияют такие параметры, как технология деятельности, внешняя инфраструктура и персонал, новый сотрудник непременно окажется в какой-нибудь непривычной ситуации.

Адаптационный процесс предполагает подсобой как ознакомление с особенностями гостиницы, так и вовлечение в общение, знакомство с коллегами, узкогрупповыми особенностями предприятия, поведенческими нормами, т. д.

Второй. Ориентация-знакомство нового сотрудника с деятельностью, со своими рабочими обязательствами и запросами, которые к нему будет предъявлять руководство.

Много времени, например, в иностранных гостиницах, уделяется адаптационному процессу внешнего кандидата к стандартам предприятия. К ознакомлению нового сотрудника подключаются и линейные руководители новичков, а также работники отдела управлением персоналом.

Третий. Действенная адаптация. На этом этапе происходит привыкание новичка к своему статусу и включение в дружеские отношения с коллективом.

На этом этапе нужно дать новому сотруднику возможность энергично действовать во многих сферах, примеряя на себя и пробуя полученные знания о предприятии.

Ценно в это время оказать большое содействие новичку, постоянно со

вместно оценивать результативность и необычность общения с другими членами коллектива.

Четвертый. Функционирование. Здесь подходит к концу адаптация, этот этап обозначается незаметным осиливанием рабочих и межличностных трудностей и вхождением в стабильный рабочий процесс [1].

Обычно, при хаотичном развитии адаптации, этот этап начинается после 1-1,5 лет работы в занимаемой должности.

Когда адаптация «направляется», то этап результативной деятельности наступает уже спустя пару месяцев.

Это уменьшение периода адаптации может принести большую материальную выгоду, преимущественно в гостинице, если привлекается максимальное число сотрудников.

Пять факторов адаптации.

На адаптационный процесс могут повлиять следующие факторы.

1. Верность исполнения процесса приема (минимизация ошибок по типу «оформление в гостиницу неподходящего сотрудника»).

Пропорциональность грамотных навыков новых сотрудников требованиям рабочего места помогает минимизировать процесс вливания в должность, обойти неприятные ситуации, связанные с непрофессиональным поведением новичков в незнакомых рабочих условиях.

Вдобавок, при оплошностях, связанных с оформлением неквалифицированного сотрудника, возникают дополнительные траты, которые можно отнести к потерям, вызванным в отказе к оформлению наиболее подходящему кандидату.

2. Размеры предприятий. Чем меньше предприятие, тем более неофициальной значится адаптация. Следовательно, если нет потребности во вспомогательном обучении, материальные траты предприятия будут связаны с просветительским общением, которое проводят, в основном, во время рабочего процесса.

С увеличением предприятия возрастает количество функциональных и информационных связей.

В процессе адаптации нужно их изучение, что требует определенных временных затрат.

3. Глубина дружеского общения в коллективе и морально психологический климат.

Активный уровень дружеского общения среди коллег и комфортное отношение в гостинице, сокращают ее траты на адаптацию новых сотрудников.

Новый сотрудник попадает в условия, помогающие уменьшению длительности адаптации благодаря построению положительных связей, неформального обмена опытом, отсутствия конфликтных ситуаций, которые связаны с промахами вновь принятых сотрудников.

4. Характер и содержание новой должности. Максимально трудный ви

д должности и обязательства, которые она подразумевает, выливаются в длительный период вхождения в должность и следовательно повышение материальных трат на этот процесс.

5. Социально демографические характеристики и свойства личности . Все эти признаки по особому оказывают влияние на длительность адаптации , и следовательно на ее потери. Влияние этих факторов, вероятно, меняет напряженность и время прохождения адаптации.

Продолжительность этого периода может занимать от нескольких недель до нескольких лет, что в результате отразится на материальных тратах на адаптацию недавно принятых сотрудников [5].

Использованные источники:

1. Минченкова О.Ю. Адаптация персонала: три подхода и четыре этапа
2. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2005
3. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / Под ред., П.В. Шеметова. - М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2007. - 312 с.
4. <http://ref.by/refs/54/12348/1.html>
5. <http://center-yf.ru/data/Kadroviku/Adaptaciya-personala.php>

*Калашникова Е.А.
студент 4 курса
Алехина Е.С., к.э.н.
доцент
кафедра «Сервис»
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация: в данной работе рассматривается функционирование гостиничного комплекса с повышением эффективности информационной системы, путем внедрения маркетинговой и информационной политики.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, информационная система, информационная политика, маркетинговая политика.

На современном этапе развития определяющим моментом в развитии предприятия является эффективность управления деятельностью предприятия, необходимости создания благоприятных условия для производства и реализации товаров и услуг.

Оптимальная система управления позволяет наиболее результативно воздействовать с внешней среды, целесообразно распределять ресурсы предприятия, и направлять усилия персонала таким образом, чтобы максимально удовлетворить потребности потребителей[2].

В современном обществе повышается роль информации как основного

показателя для продвижения товара на рынке. Успешное функционирование современного предприятия невозможно без получения качественной и достоверной информации о рынке бизнеса. Существует ряд предприятий, деятельность которых построена на продаже информации заинтересованным лицам. К наиболее востребованным предприятиям в информационных коммуникациях можно отнести предприятия гостиничной индустрии.

На современной этапе развития рыночных отношений и усиления конкурентной борьбы между сектором современного гостиничного бизнеса невозможно представить без использования и совершенствования маркетинговой и информационной политики. Поэтому, для успешного функционирования гостиничного хозяйства важно повышение эффективности информационной системы гостиницы, которая заключается в: создании рекламных щитов, раздаче рекламных листовок, визиток, создание веб-сайта.

Планирование деятельности гостиничного хозяйства как функция управления обеспечивает основу и считается главной из них, а функции организации, мотивации, контроля и анализа ориентированы в основном на реализацию тактических и стратегических планов.

Планирование в гостиничной сфере предусматривает:

- маркетинговый анализ;
- анализ финансов - экономической деятельности предприятия;
- анализ финансовых показателей.

В рамках реализации информационной политики мероприятия по повышению эффективности гостиничного комплекса – создание веб-сайта для гостиницы.

Создания веб-сайта позволит решить задачи информационной политики, такие как:

- автоматизация процесса управления;
- повышения качества оказываемых услуг;
- проведение эффективной рекламной политики.

Помимо рекламных компаний, важное место в продвижении товара или продукта занимает система стимулирование сбыта. Стимулирование сбыта это краткосрочные меры по поощрению покупки гостиничных услуг. Конечная цель – создание долговременного спроса на услуги гостиницы[2].

В целях повышения эффективности информационной системы для гостиницы предлагается способ рекламы в газете. В газете необходимо размещать купоны со скидкой на размещение в гостинице. Предлагается печать рекламы гостиницы на листовках и раздача их в многолюдных местах.

Рекламная политика будит способствовать более эффективному продвижению маркетинговой стратегии предприятия, так как правильно выбранная целевая аудитория улучшит имидж гостиницы, стабилизирует сбыт, принесет дополнительную прибыль[1].

В качестве стимулирование сбыта можно предложить проведение акций и компаний, например:

- лотерейные билеты, которые выдается при оплате услуг. Подарками могут быть сувенирная продукция, скидки;
- акция на праздники – каждому гостю комплимент завтрак в подарок;
- акции для молодоженов – бутылка шампанского + фрукты в подарок;
- акция при заказе сауны на 5 часов + 1 час в подарок.

Повышение эффективности информационной системы гостиничного хозяйства позволяет увеличить стимулирование сбыта, поможет усилить обратную связь, а также:

- повысить узнаваемость гостиницы;
- сформировать клиентскую базу;
- увеличить загрузку номерного фонда;
- повысить уровень продажи дополнительных услуг в гостинице.

Под маркетингом принято понимать процесс управления, направленный на достижение собственных рыночных целей на основе удовлетворения потребностей потребителей, состоящие в формировании управляющих воздействий путем установления параметров комплекса маркетинга по результатам наблюдений.

В связи с этим, повышение маркетинговых расходов является необходимым вложением для повышения эффективности деятельности гостиницы, поскольку данные мероприятия улучшают финансовые показатели предприятия и сделают его наиболее конкурентоспособным.

Таким образом, совершенствование маркетинговой и информационной деятельности предприятия является важным аспектом в деятельности современного предприятия.

Использованные источники:

1. Крейнина Е.С. Теория инновационной экономики. // Молодой ученый. – 2014. – №3. – С. 331-333.
2. Повышение эффективности информационной системы гостиничного хозяйства [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.diplomer.ru/shop/menedzhment/povyshenie-effektivnosti-raboty-predpriyatiya-putem-vnedreniya-marketingovoj-i-informacionnoj-politiki-na-primere-gostinicy/>, свободный. – Загл. с экрана. – Язык русский.

*Кандитская Г.С.
студент 4 курса
факультет сервиса и технологий
Щербакова Н.В., к.т.н.
доцент*

ИССЛЕДОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ И КАК ЕЕ ПОВЫСИТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ ПИТАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПИЦЦЕРИИ

Аннотация

В статье рассматривается понятие лояльности и методы ее повышения в сфере общественного питания. Описывается сервис «Тайный гость», его значимость для предприятия и суть исследования.

Ключевые слова

Лояльность, качество обслуживания, услуги общественного питания, предприятия питания.

Любое руководство ждет от своего предприятия максимально возможную прибыль. Для этого проводятся различные программы для привлечения новых клиентов и повышения лояльности уже существующих. Так давайте же разберемся с таким необычным словом «лояльность».

Лояльность можно объяснить как расположенность, положительное отношение к какому-либо продукту, изготовителю или предприятию, желание возвращаться в заведение и приобретать покупки снова и снова.

Программа по повышению лояльности клиентов – это комплекс мероприятий по улучшению обслуживания и увеличению количества клиентов, повышения конкурентоспособности предприятия [1].

Программа лояльности довольно сложный предмет. Прежде чем ее составлять, следует подумать – а нужна ли она сейчас?

Многие предприятия делают большую ошибку, внедряя данную программу тогда, когда она не нужна. «Всему свое время» - именно такой лозунг должны использовать предприятия при составлении программы лояльности. Риск состоит в том, что, например, при большом оттоке клиентов программа не всегда сможет принести тот результат, который хотелось бы.

Рассмотрим программу с предоставлением скидок и бонусов. Для того чтобы рассчитать правильно все исходы и количество устанавливаемых процентов при скидке необходимо учитывать абсолютно все факторы, влияющие на прибыль и поток клиентов – расположение предприятия, удобство и комфорт в помещении, обслуживание, качество продуктов и т.д. Даже при просчитывании всех факторов существует риск неудачи программы. Как правило, это падение прибыльности бизнеса [2].

Всем известный сервис «Тайный гость» тоже влияет на лояльность клиентов. Руководство предприятия в целях повышения качества обслуживания заключает договор о проведении проверок «Тайным гостем».

На основании проверок руководитель может устранить недочеты в работе персонала, либо вообще уволить недобросовестных сотрудников, которые негативно влияют на дисциплину внутри самого коллектива, а также создают отрицательный имидж компании. Анкета «Тайный гость» состоит из большого количества вопросов, которые напрямую касаются обслуживания и обстановки в целом на предприятии.

По результатам анкеты можно судить о работе предприятия. Многие клиенты, зная о данном сервисе, относятся более лояльно к заведению, которое пользуется услугами «гостя». Также для повышения мотивации в хорошем обслуживании клиентов, в анкету можно включать дополнительные пункты. Например, в пиццерии «Ташир пицца» сотрудник должен предложить покупателю определенный товар. За выполнение данного пункта сотрудник получает купон, который может обменять на денежный эквивалент (рисунок 1). В этом случае – клиенту предлагается больший ассортимент услуг, а сотрудник имеет возможность получить премию. Этот пример показывает плюсы для обеих сторон.

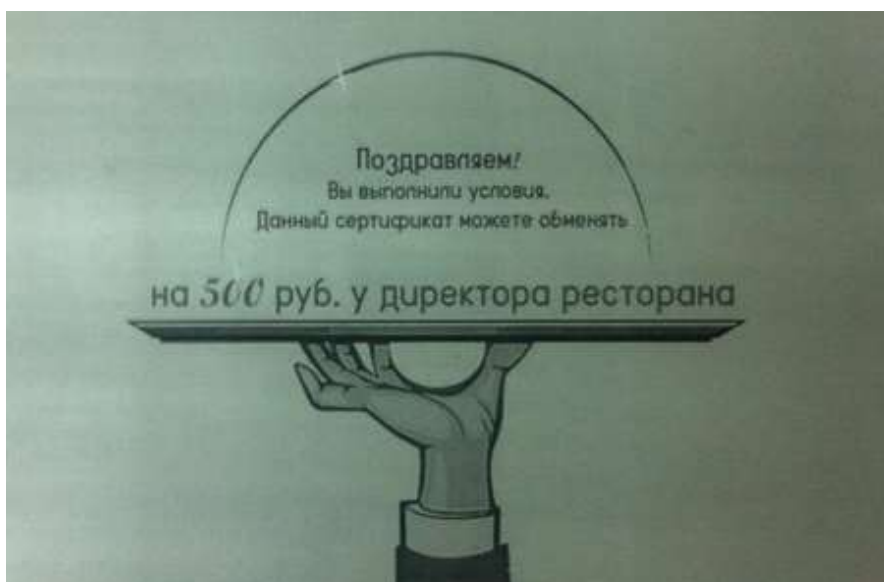


Рисунок 1 – Пример купона для премии сотрудника

Анкета содержит следующие основные пункты:

- 1) «Пиццерия» – подробно описывается дата, время, обслуживающий персонал и сумма по чеку визита;
- 2) «Сервис» делится на 2 пункта: «Раздача» – описывается обслуживание в пиццерии; «Кассовое обслуживание» – описывается обслуживание на кассе;
- 3) «Качество» делится на 2 пункта: «Пицца» и «Напитки» – записывается предложенный ассортимент и органолептические показатели продукта;
- 4) «Операционные стандарты» включают 3 пункта: «Внешний вид персонала» – чистота и аккуратность униформы сотрудников; «Поведение

персонала» – сдержанные и тихие разговоры между сотрудниками, не мешающие посетителям; «Состояние зала» – чистота витрин и зеркальных поверхностей.

Тайный гость за каждый пункт в анкете ставит баллы. Проходной балл считается от 85 до 100. Ниже 85 – неудовлетворительно.

На основании данного исследования можно прийти к выводу о том, что сервис «Тайный гость» является одним из средств повышения лояльности клиентов и помогает предприятию улучшить свою работу на рынке услуг.

Использованные источники:

1. Повышение лояльности клиентов – Kinetica. Электронный ресурс: URL: http://blog.kinetica.su/prodvizhenie_sajtov_povyshenie_loyal_nosti.html (дата обращения 11.03.2016)
2. Пять правил программ лояльности клиентов. Электронный ресурс: URL: <http://www.advlab.ru/articles/article630.html> (дата обращения 11.03.2016)

*Кондратьева И.В.
магистрант 2 курса
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА

Аннотация. Информационное обеспечение это неотъемлемая часть современного предприятия, его применение и использование в цепочках управления бизнесом является мощным эффективным инструментом дальнейшего развития.

Ключевые слова. Сфера сервиса, информационное обеспечение, управление предприятием, информация.

В процессе управления деятельностью предприятием сферы сервиса постоянно приходится решать широкий спектр текущих и стратегических задач с использованием практически всех видов ресурсов: материальных, трудовых, финансовых, информационных и др. [1]

Особую роль в обеспечении нормального функционирования системы управления предприятием сервиса играют информационные ресурсы. Достоверная и оперативная информация является необходимым условием экономического регулирования производства и повышения его эффективности, в то время как искажение или отсутствие информации практически лишает организацию, фирму конкретных реальных ориентиров и приводит к негативным последствиям.

Информация является одним из важнейших видов производственных ресурсов, и в условиях рыночных отношений одной из насущных становится

задача рационального использования каждой единицы информации с целью увеличения полезного эффекта от ее потребления. При этом предполагается наличие полного, достоверного и своевременно используемого комплекса информационных ресурсов непосредственно для управления предприятием, а также для внешних пользователей экономической информации и контролирующих органов.

Система управления сервисным предприятием характеризуется наличием двух взаимосвязанных компонентов: субъекта управления - управленческого аппарата предприятия, осуществляющего формирование целей и принятие решений (которые затем формализуются в виде планов), а также обеспечивающего контроль за их выполнением; объекта управления - служб, осуществляющих выполнение поставленных задач [2].

В рамках системы управления циркулируют информационные потоки, характеризуемые наличием прямой и обратной связей. Прямая связь представляет собой директивную информацию от управленческого аппарата объекту управления, а обратная связь - поток отчетной информации, который формируется объектом управления и содержит сведения о выполнении принятых решений и степени влияния внешней среды на внутреннюю экономическую ситуацию на предприятии и наоборот.

Важнейшим источником информации, являющейся основой управленческих решений, являются такие экономические службы предприятия, как плановая, финансовая, бухгалтерия, что и делает актуальным изучение вопросов, связанных с их ролью в информационном обеспечении. Информационное обеспечение предприятия сервиса заключается:

- определение ресурсной базы предприятия и выделение информационных ресурсов как наиболее значимых для обеспечения устойчивой работы предприятия в нестабильной экономической среде [1];

- анализ требований к информационному обеспечению с позиций управленческой деятельности;

- определение показателей информационного обеспечения деятельности экономических служб предприятия;

- исследование проблемы формирования системы информационного обмена;

- анализ информационных экономических показателей для целей управления;

- исследование особенностей формирования экономической информационной системы;

- разработка методических основ построения экономической информационной системы на примере учетной службы;

- обоснование и разработка должностных инструкций и схемы взаимодействия работников учетной службы между собой и с представителями других подразделений и структур [2];

-разработка принципов оценки эффективности использования информационного обеспечения деятельности учетной службы.

Результативность управления предприятием в целом в значительной степени определяется уровнем его организации и качеством информационного обеспечения.

Формирование информационного обеспечения на действующем предприятии сервиса является весьма ответственным мероприятием, требующим от руководства и исполнителей четкого понимания целей, задач и открывающихся перспектив его использования в общей системе управления. Построение этого обеспечения является актуальной проблемой как в случае автоматизации процессов информационного обмена, так и при ее отсутствии [1].

Основой формирования эффективного информационного обеспечения служб предприятия является их хорошая организационная структура. Эффективность организационной структуры определяется соответствием каждого исполнителя своему рабочему месту. Предприятию необходимо подобрать соответствующее деятельности информационное обеспечение, опираясь на новинки рынка, специфику деятельности, размеры предприятия и т.д.

Подобным обеспечением может быть корпоративный портал, система учета данных, учет организационно-распорядительных документов, новые формы организации ведения бухгалтерского учета за счет интегрированных ИС систем, оговоренные в учетной политике, использование интернет-технологий, программы по совершенствованию системы товарооборота.

Внедрение такого информационного обеспечения, является неотъемлемой составляющей системы оперативного управления предприятием, что позволит ускорить получение текущей информации руководством предприятия; своевременно обеспечивать экономические службы требуемой информацией в заданные моменты времени; минимизировать уровень потери информации; устранить дублирование документов; упростить задачу обработки информационных потоков в соответствии с изменениями законодательного характера.

Любое современное предприятие должно постоянно обновлять и проводить мониторинг состояние своего информационного обеспечения, совершенствовать его, обновлять, интегрировать под свои законы и управление, что позволит предприятию владеть оперативно информацией при принятии необходимых решений ведения бизнеса.

Использованные источники:

1. Соколова О.Л. «Информационное обеспечение оперативного управления производственным предприятием»: Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : СПб., 2002 151 с. РГБ ОД, 61:03-8/730-7
2. Лыськов В.А. Информационные системы в управлении / В.А. Лыськов. – М.: Статут, 2015. – 432с.

Коноплёва Л. С.
магистр психологии
Республика Беларусь, г. Новополоцк

Коноплёв Н. Н.
магистр психологии
Республика Беларусь, г. Новополоцк
Курилович М.А., к.психол.н.
доцент

Российский государственный социальный университет
филиал в г. Минске
Республика Беларусь, г. Минск

ВОСПИТАНИЕ ЛИЧНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Аннотация: *Статья посвящена проблеме воспитания личности предпринимателя. Проблема актуальна для постсоветского пространства. Переход российской экономики от централизованной к рыночной возможен лишь при изменении системы образования от общественно-ориентированной к личностно-ориентированной. Цель системы образования: дать возможность потенциальным личностям-предпринимателям возможность для самореализации.*

Ключевые слова: *предприниматель; личность предпринимателя; личностно-ориентированная система образования; воспитание предпринимательских способностей у детей.*

Konopleva L.S., Master of psychology
Belarus, Novopolotsk

Konoplev N.N., Master of psychology
Belarus, Novopolotsk

Kurilovich M.A., Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor Russian State Social University
(In Minsk Branch)
Belarus, Minsk

EDUCATION OF THE PERSON UNDERTAKING

Abstract: *The article is devoted to the education of the individual entrepreneur. The problem is relevant for the post-Soviet space. Transition of the Russian economy from the centered to the market is possible only when you change the system of education from the public-oriented to student-oriented. The purpose of the education system: to enable individuals to potential entrepreneurs the opportunity for self-realization.*

Keywords: *businessman; entrepreneur personality; personality-oriented education system; education of entrepreneurial abilities in children.*

От родителей можно услышать, что их дети каждый день часами смотрят телевизор, никогда не заглядывают в книгу и часто не знают, чем

себя занять. Однако есть и дети, у которых не хватает времени на то, чтобы воплотить в жизнь все свои задумки. Таких детей примерно около 5%. Помочь им развить предпринимательские способности возможно на основе личностно-ориентированного образования.

В настоящий момент существует два типа образования: 1) общественно-ориентированный; 2) личностно-ориентированный. Общественно-ориентированный тип характеризуется признаком внешнего воздействия на учащегося. В основе личностно-ориентированного образования лежит иной доминирующий признак, как обеспечение саморазвития личности, исходя из выявления его индивидуальных особенностей [1].

Современные тенденции в образовании – гуманистическая модель образования, его информатизация тем или иным образом делают своим фокусом внимания именно личность получающего образование. Приучаясь рассчитывать только на себя, на свои силы, человеку поневоле приходится больше внимания уделять раскрытию своих способностей, в том числе коммуникативных, от которых в немалой степени зависит успех в жизни [4].

В основе личностно-ориентированного типа образования лежит активность субъекта на познание себя и окружающего мира. Каким образом побудить личность к активному познанию себя и окружающего мира? Ответ логичен – необходимо создать активную среду для формирования качеств, предприимчивого человека. Нужно понимать, что там, где нет логики, происходит кодировка личности [5].

Общие правила проявления интолерантного сознания через родителей: склонность командовать; пробуждают высокомерие, гордыню, снобизм; возвышаются до роли пророка; навязывание своего мнения; контролируют и запрещают. Гуманистическое сознание проявляется через: склонность направлять самостоятельную деятельность человека; проповедуют исключительность и уникальность каждого человека; воспринимают себя как посредниками между субъектами взаимодействия [2].

Семейные традиции воспитания и социализации личности формируются созданной культурой взаимоотношений, правилами игры, хозяйственной деятельности в государстве. По сути, структура государства задаёт функционирование системы, элементами которой являются субъекты хозяйственной деятельности и личность человека. Семья как первичный институт социализации подстраивается на изменённые внешние условия, которые формируются структурой государства [3].

Предприниматель – человек, который идет на риск при создании новой организации или при внедрении новой идеи, продукта или услуги. Предпринимательская способность - набор качеств, умений, способностей человека, позволяющих ему находить и использовать лучшее сочетание ресурсов для производства, продажи товаров, принимать разумные последовательные решения, создавать и применять новшества, идти на

допустимый, оправданный риск.

Большую роль в воспитании предпринимательской способности детей играют родители. Е.С. Рапацевич в современной энциклопедии по педагогике даёт следующие рекомендации родителям: не выдавайте свои интересы и цели за интересы и цели ребенка; приучайте его самого принимать решения, доверяйте и не заставляйте делать так, как вам хочется; дайте детям возможность добиваться успеха, а потом признайте его и похвалите их усилия; независимость также можно воспитывать, поощряя подростка выражать свои взгляды; если вы хотите, чтобы ваши дети были независимы, учите их работать, состязаться друг с другом и добиваться поставленных целей; привлекайте детей к ведению семейного бюджета; детям следует учиться интересно проводить время, полагаясь на собственное воображение и активность [6].

Психологические качества ребёнка способного к предпринимательской деятельности: инициативность в общении; проигрыш в игре стимулирует; практичность и реалистичность в выборе увлечений и друзей; прямолинейность, откровенность, напористость в сочетании с гибкостью, умением приспособиться к обстоятельствам и людям; интерес к коммерции и торговле, к семейному бюджету, умение толково распорядиться выдаваемыми ему карманными деньгами; аналитический склад ума, способность добраться до сути проблемы и решить ее; творческий подход к делу, умение «из ничего» извлечь пользу и выгоду для себя; умение учиться на собственных ошибках. Соихиро Хонда придерживался следующих принципов в работе: всегда действовал честолюбиво с юношеским воодушевлением; принимал во внимание хорошие теории; был открытым к новым идеям; использовал подходящее время для получения наилучших результатов; испытывал радость в работе; создавал приятные условия труда; искал гармоничный ритм работы; учитывал важные результаты исследований и возможности для обучения.

При активизации мотивов нельзя опираться на финансовые стимулы. Материальное достижение для предпринимателя является следствием, а не результатом его деятельности. Предпринимателю нравится процесс, а не результат. Предпринимателю не нужна социальная поддержка в принятии решений. Важную роль в формировании сознания предпринимателя играют родители ребёнка.

Использованные источники:

1. Коноплёва Л.С. Диалогическое взаимодействие в образовательном процессе в аспекте формирования толерантного сознания студентов-психологов [Текст] / Л. С. Коноплёва, М. А. Курилович // Молодой ученый. — 2015. — №14. — С. 709-711.
2. Коноплёва Л.С. Консультирование семьи и молодёжи в аспекте толерантного сознания [Текст] / Л.С. Коноплёва, М.А. Курилович // Современная психология: материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь,

июль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 28-30.

3. Коноплёв Н.Н. Психологическое здоровье в пенсионном возрасте / Н.Н. Коноплёв, М.А. Курилович // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии.- Сб. ст. по материалам XXXVI междунар. науч.-практ. конф. № 1 (36).- Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014.- С. 212-218.

4. Коноплёв Н.Н. Формирование диалогического взаимодействия в учебно-профессиональной деятельности в аспекте психологического здоровья [Текст] / Н. Н. Коноплёв, М. А. Курилович // Молодой ученый. — 2015. — №14. — С. 706-709.

5. Коноплёва Л.С. Формирование толерантного сознания и психологически здоровой личности в аспекте диалогического подхода [Текст] / Л.С. Коноплёва, Н.Н. Коноплёв, М.А. Курилович // Молодой ученый. — 2015. — №15. — С. 549-552.

6. Рапацевич Е.С. Педагогика. Современная энциклопедия / Е.С. Рапацевич ; под общ. ред. А.П. Астахова. — Минск : Современная школа, 2010. — 720 с.

Коноплёва Л.С.

магистр психологии

Республика Беларусь, г. Новополоцк

Коноплёв Н.Н.

магистр психологии

Республика Беларусь, г. Новополоцк

Курилович М.А., к.психол.н.

доцент

Российский государственный социальный университет

филиал в г. Минске

Республика Беларусь, г. Минск

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЧНОСТИ ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА – «ГОМО СОВЕТИКУС»

Аннотация. В статье описываются главные черты «гомо советикуса» как наследия воспитания сталинской эпохи. Гуманистическая модель образования позволит Российской Федерации интегрироваться в мировую экономику, так как во главу угла воспитания и образования в современном мире ставится личность человека.

Ключевые слова: личность; сознание; общественно-ориентированное образование; личностно-ориентированное образование; толерантное и интолерантное сознание; европейская культура.

На постсоветском пространстве существует особый тип личности, сформированной идеологией коммунистов – «гомо советикус». Сознание «гомо советикуса» воспитывала советская педагогика с её общественным типом образования.

В понятии тип образования указывается доминирующий признак,

отражающий социальные ориентиры, запрос общества. В настоящий момент существует два типа образования: 1) общественно-ориентированный; 2) личностно-ориентированный. Общественно-ориентированный тип характеризуется признаком внешнего воздействия на учащегося. В основе личностно-ориентированного образования лежит иной доминирующий признак, как обеспечение саморазвития личности, исходя из выявления его индивидуальных особенностей. В соответствии с указанными выше подходами человек понимается как: 1. «Человек – глина». Это образ формирующей педагогики. Человек в данном случае как бы не имеет своей изначальной сущности («чистый лист») и является материалом для педагогической работы с ним. 2. «Человек – семя», имеющее генетическую программу развития. Образование в данном случае есть образование человека, развитие его потенциальных качеств, заложенных в нём изначально и реализующихся в зависимости от создаваемой среды [1].

Общественно-ориентированное образование идеологизировало сознание (кодировало) в соответствии с политическими идеями коммунизма.

Понятие личности включает в себя понятие социальных потребностей. Каковы потребности в социальном государстве, таковы и приоритеты личности. Иначе говоря, каковы цели государства, правила развития личности, таковы и личностные характеристики, к которым стремятся все субъекты государства, обусловленные приоритетами, задаваемые законами данного общества [5].

Душа, сознание «гомо советикуса» обладает рядом характеристик: 1) образом «Отца», непогрешимом «Центре»; 2) образом «Врага»; 3) страхом перед неопределенностью и бегством от личностного выбора в критических ситуациях. Культ «Центра» абсолютизирует черты характера «Вождя». Общество не может существовать без «Центра», который знает ответы на все вопросы. Образ «Врага» создаётся для того, чтобы держать общество в страхе, оправдывая действия власти в совершении репрессий. Личность «гомо советикуса» строго регламентирована в ситуации выбора в принятии решения, так как решение за неё принимает «Центр». В итоге вырабатывается эффект «выученной беспомощности». Суть его состоит в том, что человек, убеждаясь в невозможности изменить своими действиями размеренный ход событий, в конечном счёте, вообще отказывается от поиска. Неотъемлемыми чертами его характера становятся послушание и исполнительность. В результате он начинает нуждаться в регламентированном образе жизни, где высшей добродетелью является исполнительность, беспрекословное выполнение приказов. Он уже сам стремится избежать жизненных перемен, т.к. они сулят неизвестное, вынуждают к поиску, а поиск атрофирован, круг сотворения «советской души» замыкается [6].

Общие правила проявления интолерантного сознания через людей: склонность командовать; пробуждают высокомерие, гордыню, снобизм; возвышаются до роли пророка; навязывание своего мнения; контролируют и

запрещают. Толерантное сознание проявляется в человеке через: склонность направлять самостоятельную деятельность человека; проповедают исключительность и уникальность каждого человека; воспринимают себя как посредниками между субъектами взаимодействия [2].

Те, кто вырос, воспитан на постсоветском пространстве и в последствии эмигрировали в страны с европейской культурой, прожив там долгое время, отмечают следующие важные изменения в сознании: «Очень быстро у вас появится способность узнавать ваших соотечественников, даже не поворачивая головы и не слыша их речи. Боковым зрением вы будете отличать тех, кто цепким взглядом рассматривает прохожих с ног до головы. В странах Западной Европы и США считается неприличным пристально всматриваться в лицо незнакомого человека, а для многих жителей постсоветского пространства это в порядке вещей. Спустя годы у вас пройдет нерешительность перед переменой мест и появится ощущение огромной внутренней силы – с вашим жизненным опытом вам все станет по плечу. И лишь спустя много времени проходит страх перемены мест и появляется ощущение собственной силы» [6].

Рыночная организационная культура развивает конкуренцию и здоровый эгоизм, а это достижение цели при максимальной концентрации всех сил и резервов психики человека, критерием которой объявляется: «Заработанные деньги – Успех». В клановой организационной культуре на первом месте семья. Поэтому есть понятие – блат, устроиться по благу, Хорошее место, сколько получаешь, а не зарабатываешь. Критерий успеха – хорошее место и кто твои родственники. Ты мне – я тебе. Оказываются услуги по знакомству. По знакомству дешевле и качественнее [3].

Семейные традиции воспитания и социализации личности формируются созданной культурой взаимоотношений, правилами игры, хозяйственной деятельности в государстве. По сути, структура государства задаёт функционирование системы, элементами которой являются субъекты хозяйственной деятельности и личность человека. Семья как первичный институт социализации подстраивается на изменённые внешние условия, которые формируются структурой государства [4].

Обобщая основные сожаления «гомо советикуса» в последние часы перед смертью, можно говорить о том, что многие до конца не понимали, что их счастье — это вопрос выбора. Они были подчинены привычкам и сложившимся представлениям. Они находились в плену комфорта привычного образа жизни. Из-за страха перед переменами они притворялись перед другими и перед самими собой в том, что были довольны своей жизнью [3].

«Сегодня» на первый план выступает задача формирования личности, как субъекта собственной профессиональной и социальной деятельности. Современные тенденции в образовании – гуманистическая модель образования, его информатизация тем или иным образом делают своим

фокусом внимания именно личность получающего образование. Приучаясь рассчитывать только на себя, на свои силы, человеку поневоле приходится больше внимания уделять раскрытию своих способностей, в том числе коммуникативных, от которых в немалой степени зависит успех в жизни.

Использованные источники:

1. Коноплёва Л.С. Диалогическое взаимодействие в образовательном процессе в аспекте формирования толерантного сознания студентов-психологов [Текст] / Л.С. Коноплёва, М.А. Курилович // Молодой ученый. — 2015. — №14. — С. 709-711.
2. Коноплёва Л.С. Консультирование семьи и молодёжи в аспекте толерантного сознания [Текст] / Л.С. Коноплёва, М.А. Курилович // Современная психология: материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь, июль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 28-30.
3. Коноплёв Н.Н. Стратегии консультирования в аспекте жизнестойкости и психологического здоровья личности в пенсионном возрасте [Текст] / Н.Н. Коноплёв, М.А. Курилович // Современная психология: материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь, июль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 26-28.
4. Коноплёв Н.Н. Психологическое здоровье в пенсионном возрасте / Н.Н. Коноплёв, М.А. Курилович // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии.- Сб. ст. по материалам XXXVI междунар. науч.-практ. конф. № 1 (36).- Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014.- С. 212-218.
5. Коноплёв Н.Н. Формирование диалогического взаимодействия в учебно-профессиональной деятельности в аспекте психологического здоровья [Текст] / Н. Н. Коноплёв, М. А. Курилович // Молодой ученый. — 2015. — №14. — С. 706-709.
6. Коноплёва Л.С. Формирование толерантного сознания и психологически здоровой личности в аспекте диалогического подхода [Текст] / Л.С. Коноплёва, Н.Н. Коноплёв, М.А. Курилович // Молодой ученый. — 2015. — №15. — С. 549-552.

Коростылёва Д.А.

*студент 3 курса
Кушнарера И.В., к.э.н.
доцент
кафедра "Сервис"
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ В СВЯЗИ С РАЗВИТИЕМ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Аннотация

В данной работе автор поднимает вопрос об изменении структуры человеческих потребностей в связи с развитием научно-технологического процесса. Были рассмотрены базовые потребности человека, а также как изменялись потребности в связи с появлением научно-технического прогресса.

Ключевые слова

Потребности, научно-технологический прогресс, техника, технологии.

В современном мире существует множество различных возможностей, и у каждого индивидуума появляется потребность в удовлетворении этих потребностей. Также не стоит забывать, что на формирование желаний влияют на уровень развития культуры в обществе, особенности воспитания и социальные условия. Систему, которая могла бы максимально точно классифицировать потребности, создать нереально. Но можно выделить несколько групп потребностей: базовые, которые присущи всем людям. К ним относятся биологические, материальные, социальные и духовные потребности. Также потребности разделяют по их социально-гуманистической ориентации. Это будет группа ценностно-ориентированных потребностей. В них можно выделить разумные и неразумные потребности, истинные и ложные, прогрессивные и регрессивные [1].

Биологические потребности – это общие потребности жизнедеятельности организма: потребности в питании, потребность расширения жизненного пространства, деторождении, общения с природой, здоровье, физическое развитие.

Материальными называются потребности в условиях удовлетворения биологических, социальных и духовных потребностей. Норма материальных потребностей определяется уровнем развития материального производства в стране, наличием природных ресурсов, положением человека в обществе. Норма материальных потребностей должна обеспечивать каждой личности нормальные условия трудовой деятельности, отдыха и восстановления здоровья, комфорта быта и транспорта, условий интеллектуального и физического развития. Материальные потребности и способы их

удовлетворения и определяют уровень жизни человека.

Социальные потребности можно выделять в бесконечности различных форм. Но можно и квалифицировать социальные потребности по трем признакам:

- потребности для себя;
- потребности вместе с другими;
- потребности для других.

В духовной потребности, предметом является духовность. Духовность – это стремление преодолеть себя в своем сознании, следовать личному и общественному идеалу, достичь высших целей. Духовность – ценное богатство человека, оно формируется собственными усилиями человека. Духовные потребности и есть стремление обогатить свою духовность.

Основным для выделения ценностно-ориентировочных потребностей является классификация потребностей по критериям этической и гуманистической направленности, всестороннем гармоническом развитии личности. По перечисленным критериям можно выделить разумные и неразумные потребности, истинные и ложные, прогрессивные и разрушительные потребности.

Разумные потребности – это потребности, удовлетворения которых способствует нормальному функционированию человеческого организму, гуманному развитию личности.

Неразумные потребности – создают тупиковые ситуации в функционирование человеческого организма, наносят ущерб интересам общества.

В практической жизни нет устойчивой субординации в иерархии потребностей. В зависимости от условий и жизненных обстоятельств на первое место выходит то биологическая, то материальная, то духовная потребность.

Человеческий разум используя материалы природы производят из них орудия труда, средства передвижения, медицинские инструменты, средства развлечения и спорта. Предметное воплощение технического прогресса можно увидеть в процессе техники: от каменного топора до современных компьютеров и космических кораблей [2].

Техника – это средство человеческой деятельности. Она используется для осуществления тех целей, которые ставит перед собой отдельные индивиды, группы людей, государства. Если техника не функционирует в качестве средства, то она превращается в груды металлолома [1].

Техника позволяет изучить новые сферы природных ресурсов, и она способствует приближению экологической катастрофы. Можно сказать, что техника может служить как гуманным, так и антигуманным средством достижения цели.

По сравнению с техникой более широкое понятие приобретает

технологии. Оно формируется на основе системного подхода и усвоению места человека в непосредственном процессе производства.

Технология – это процесс производства, расценивающийся как активное осуществление целевой установки с оптимальным применением средств труда, методом управления производством, научных достижений.

Формируя материальные ценности для общества, человек обесценивается, превращаясь в простую функцию технологического процесса.

Наблюдаемый научно-технический процесс в современных условиях модернизирует старые потребности и приводит к формированию новых. [1]. Для того чтобы понять какие именно формирует потребности научно-технического прогресс следует учитывать виртуальную природу потребностей, их выборы разными людьми, их консерватизм и избирательность. Новые технические усовершенствования увлекают все большую часть людей, но всех граждан погрузить в новые технологии невозможно.

Наиболее общая потребность, формируемая техническим прогрессом и захватывающая значительную часть населения - это потребность в комфорте, в широком смысле этого слова: в комфорте жилища, быта, транспортных средств, коммуникации и связи [2].

Можно так же сказать о разумности и условиях формирования потребностей в новых средствах связи и коммуникации: мобильные телефоны, Интернет.

Следующая потребность, образуемая техническим прогрессом: многопрофильная ориентация специалистов. Технический прогресс приводит к моральному износу не только техники, но и технических специальностей: многие из них перестают быть действующими, когда специалист еще находится в расцвете сил. Надо ориентироваться на приобретение смежных специальностей, чтобы не оказаться без работы, выдерживать конкуренцию на рынке труда. У технических специалистов должна постоянно воспроизводиться потребность в гуманизации техники [2].

Индивидуальные потребности человека характеризует его бытие, его эмпирическую сущность. Не все индивидуальные потребности человека являются потребностями всего общества.

Изучение потребностей человека убеждает нас в том, что совокупность сформировавшихся потребностей оказывает существенное влияние на поведение человека, на его реакцию на социально-политическую обстановку в обществе, на путь индивидуального развития и смысла жизни [1].

Можно сказать, что богатство человека – это богатство его потребностей и умение управлять ими. Каков человек, таков его характер потребностей, их совокупность и субординация.

Использованные источники:

1. Zhidkov V.E., Hramtsov A.G., Gornostaeva Z.V., Alekhina E.S., Kushnareva I.V. need for government regulation of organic foods Asian Social Science. 2014. T. 10. № 23. С. 135-143.
2. Zaitseva T.V., Buryakov G.A., Gornostaeva Z.V. banking services improvement through the development of service technologies Asian Social Science. 2014. T. 10. № 23. С. 151-160.

*Лемешко С.В.
студент 3 курса*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ*

ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ В НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация

В данной работе автор поднимает вопрос о том, какие ключевые факторы нужно учитывать при продвижении услуг в сфере недвижимости. Были так же рассмотрены инструменты при продвижении услуг в недвижимости, такие как личные продажи, реклама и стимулирование продаж объектов.

Ключевые слова

Услуга, недвижимость, риэлтерская компания

Высокая конкуренция на рынке недвижимости заставляет риэлторов придумывать различные идеи для привлечения клиентов. Многие агентства преуспели в этом, проводя всевозможные акции и рекламные кампании.

Продвижение услуг более сложный процесс, чем продвижение товаров. Продвигая товар, маркетолог рекламирует то, что уже произведено. С услугой все иначе – она неосвязаема, она предполагает непосредственное участие потребителя в процессе «производства» и влияние его пожеланий и требований на конечный результат. [1].

Разберемся, что важно учитывать при продвижении услуг в сфере недвижимости. Продвигая услуги, приходится рекламировать «воздух». Для покупателя высокая неопределенность качества при приобретении услуги сопряжена определенным риском. Чтобы хоть как-то снизить риски, он пытается оценить то, что на момент выбора услуг доступно: наличие рекомендаций, качество рекламы, поведение персонала, интерьер и месторасположение офиса риэлтерской компании. [2].

Таким образом, вначале он «покупает» риэлтерскую компанию и только потом ее услуги. Услуги, которые оказывают риэлтерские компании, довольно многообразны и поэтому единой формулы для продвижения все еще нет. Однако, зная, что при выборе той или иной компании большое внимание уделяется репутации компании, можно сказать, что ключевыми факторами успеха поставщиков услуг являются формирование имиджа, система работы с персоналом, эффективные системы внешнего и

внутреннего маркетинга. Разберемся с некоторыми из них.

Одним из наиболее важных факторов продвижения услуг в недвижимости является, работа с персоналом. Бизнес по оказанию услуг давно уже стал командной игрой. На рынке услуг компаний по недвижимости - выигрывает тот, чья команда более подготовлена. Поэтому одна из основных задач системы внутреннего маркетинга организации – сделать возможной подготовку персонала к работе в команде для достижения удовлетворенности потребителя. В рамках работы с персоналом необходимо искать пути к усилению мотивации контактного персонала. Для решения этой проблемы персонал компании рекомендуется расценивать как специфичных потребителей компании - вторичную целевую аудиторию, которую компания должна обеспечить их продуктом, который смог удовлетворить их потребности. Таким продуктом являются мотиваторы. К ним могут быть отнесены способы начисления заработной платы, карьерный рост, какие-либо льготы при пользовании услуг компании, повышение квалификации, включая свое рабочее место для сотрудника, репутацию компании, эффективную рекламу, удачное местоположение и приличное оформление офиса.

Для риэлтерской компании создание и поддержание имиджа - ключевой вопрос. Только компания, о которой «уже слышали» позитивную информацию может вызвать доверие, столь важное в оказании риэлтерских услуг. В первую очередь человек, который обращается в данную компанию, ориентируется на ее имидж. Значит, составляющие имиджа - фирменный стиль, логотип и сайт компании должны быть выполнены достойно. Корпоративный дизайн должен затрагивать все стороны физической среды, в которой происходит обслуживание: логотипы, символы, одежду персонала; фирменные канцелярские принадлежности. Продвижение услуг, помимо формирования имиджа и работы с персоналом обязательно включает продвижение внутри целевой аудитории.

В рамках продвижения в целевой аудитории проводится работа с потребителями: изучение их желаний и потребностей и формирование положительного имиджа компании и начинают ее с определения целевой аудитории и разработки индивидуальных предложений для нее, включая презентационные материалы для разнопланового общения с потребителем. Помимо этого осуществляется разработка плана мероприятий для взаимодействия с целевой аудиторией: конференции, пожертвования, спонсорство, круглые столы, интервью, семинары и прочие контакты с потребителем, в процессе которого можно пролоббировать риэлтерскую компанию и ее услуги.

Главными инструментами при продвижении услуг в недвижимости являются личные продажи, реклама и стимулирование продаж объектов. [1].

Личные продажи подразумевают непосредственное общение с потребителями услуг, что ценно с точки зрения возможности установить

устойчивое общение с клиентом. Их целесообразно использовать в случае предоставления уникальных услуг, где, чтобы предоставить свой продукт и оправдать его высокую цену, необходима персональная работа с клиентом, например продажа эксклюзивных объектов. Поскольку потребитель, так или иначе, взаимодействует с персоналом компании, личные продажи не требуют больших затрат и довольно часто применяются в продвижении услуг. Однако наиболее эффективный способ коммуникативного воздействия на потребителя - реклама. Здесь общение с потребителем услуг происходит без посредников через СМИ и другие средства рекламы.

Рекламу можно исполнять, используя: рекламу услуг и рекламу компании по недвижимости. Однако приоритет отдается рекламе компании. В ее основе - составляющие имиджа предприятия. Можно утверждать, что ее задачей является формирование у потребителей доверия к поставщику услуг и создание образа услуги в сознании потребителей. В рекламе услуг рекомендуют использовать материальные доказательства качества услуг: • реклама по принципу «до и после».

Основной задачей такого приема как стимулирование продаж объектов является удержание объема продаж при снижении спроса, в случае с новой услугой стимулирование помогает ускорить процесс введения на рынок новых услуг и в качестве материалов зачастую используются брошюры, инструкции, компакт-диски, web-сайты и видео, где подробно рассказывают об использовании и выгодах новой услуги.

Разрабатывая программу маркетинга и свою рыночную стратегию, поставщик услуг должен учитывать специфические составляющие комплекса маркетинга услуг. [2]. Познакомимся с их содержанием и начнем с людей. Люди - это покупатели и сотрудники фирмы. Они принимают участие в появлении услуги. Этот фактор показывает их влияние на маркетинг. В сфере услуг на его результат влияет каждый сотрудник. Физическое окружение включает здание, интерьер, оборудование, персонал. В целом - все с чем контактирует потребитель и, что создает определенную атмосферу, способствуя привлечению клиентов. Нематериальный характер услуг делает физическое окружение ключевой характеристикой качества, потому что потребители вынуждены искать какие-либо обещания качества услуги, ориентируясь на то, что можно увидеть и оценить: персонал, цена, средства предоставления услуги, имидж агента недвижимости и пр. Физическое окружение представляет концепцию услуг и маркетингологи компаний по недвижимости должны считаться с этим фактором и улучшать все, что окружает клиента. Что касается процесса, то к этому фактору относится все, что связано с деятельностью покупателя в процессе выбора, создания услуги, в особенности, если он присутствует при оказании услуги и учет этого фактора довольно важен для потребителя. Согласитесь, клиент не сможет оценить должным образом даже качественно оказанную услугу, если ему придется промучиться в ожидании, или же если риелтор будет невежлив

и невнимателен в процессе предоставления услуги. В этой связи, чтобы оценить, как происходит потребления услуги необходимо проанализировать: весь процесс продажи услуги и обслуживания клиента; время, затрачиваемое на покупку услуги.

Согласованная работа всех перечисленных факторов создает ценность услуги для покупателя и то, насколько хорошо отдел маркетинга проработает каждый фактор, будет зависеть успешность компании в целом. Разумеется, незнание особенностей продвижения услуг – это убытки компании. Поэтому продвижение важно планировать с учетом важных моментов.

Использованные источники:

1. Свинаярева Ю.А., Горностаева Ж.В., Сорокина Ю.В., Лунченкова Н.В. эффективная работа с рекламациями как инструмент создания потребительской привлекательности предприятия сферы сервиса
2. Алехина Е.С. расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг. *Инновационная наука*. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.

Литвинова И.Е.
студент

Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

ОБЗОР ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ ЧАСТНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ

Аннотация. В данной работе будут рассматриваться основные положения законодательства РФ в области создания дошкольных частных образовательных учреждений, а также пункты из санитарно – эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.4.1.3049-13, а именно требования к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных образовательных организаций.

Ключевые слова: частный детский сад, законодательство, муниципальный детский сад, некоммерческая организация, дошкольное образовательное учреждение.

В последнее время в Российской Федерации наблюдаются серьезные изменения в сфере социальной и общественной жизни. На данном этапе развития страны стоит очень важная проблема нехватки детских садов. Дефицит муниципальных учреждений ведет за собой, как следствие, значительный рост частных садов.

Таким образом, появление частных организаций является неплохой альтернативой муниципальным, потому что каждый родитель заботится о том, чтобы его ребенок развивался под присмотром квалифицированных специалистов, общался со сверстниками и получал достаточный объем

информации, который в дальнейшем поможет в успешном обучении в школе. К счастью, современное законодательство РФ дает такую возможность, поддерживая открытие частных детских садов.

Теперь рассмотрим основные положения, которые нужно учитывать при создании такого сада. Согласно законодательству РФ для того, чтобы открыть частный детский сад, нужно зарегистрировать его как «Дошкольное образовательное учреждение». По нормам законодательства, ООО или ИП выполнять образовательную деятельность не имеют права, так как являются коммерческими организациями, а учреждение, по определению, является некоммерческой организацией. Частный детский сад необходимо регистрировать на код ОКВЭД 80.10.1 «Дошкольное образование (предшествующее начальному общему образованию)».

После того, как регистрация некоммерческой организации была одобрена, необходимо согласовать деятельность со следующими инстанциями:

1. Роспотребнадзор. В данной инстанции необходимо получить заключение о том, что выбранное вами помещения является пригодным. Необходимо подать заявление, которое будет являться основанием экспертизы, которая продлится в течение 20 дней.

2. Госпожнадзор. В данную организацию так же необходимо подать заявление, и по прошествии двух недель получить заключение о том, что помещение соответствует требованиям пожарной безопасности.

3. Для того чтобы открыть частный детский сад, нужно получить соответствующую лицензию. Заявление на ее получение рассматривается в течение 45 дней с момента подачи. Если будут найдены недочеты, не позволяющие получить лицензию, на их исправление дается 2 месяца.

4. Кроме этого, обязательным является заключение договоров со специализированными предприятиями по оказанию санитарно – эпидемиологических услуг.

Теперь обозначим некоторые выдержки из санитарно – эпидемиологических правил и нормативов:

1. Здания образовательных учреждений размещаются в окрестности жилых микрорайонов, вдали от санитарно – защитных зон производственных предприятий.

2. Территорию детского сада рекомендуется ограждать забором и зелеными насаждениями.

3. Здание, в котором располагается дошкольное образовательное учреждение не должно превышать 3-х этажей. На первом необходимо располагать младшие группы, на третьем – старшие.

4. Внутренняя отделка стен в помещении должна позволять делать влажную уборку и дезинфекцию.

5. Оборудование в основных помещениях должно быть соответствующим возрасту и росту детей.

6. Физическое воспитание должно быть направлено на здоровье и развитие детей.

7. Пищевые продукты, поступающие в детский сад должны иметь соответствующие документы, подтверждающие их качество и безопасность.

8. Транспортировка продуктов должна проходить в условиях, защищающих от загрязнения и порчи.

9. Все помещения необходимо убирать влажным способом с использованием моющих средств не реже 2-х раз в день.

10. В целях предотвращения инфекционных заболеваний, медицинские работники должны планово проводить осмотр детей.

Таким образом, можно сделать вывод, что современное законодательство РФ дает возможность решить проблему очередей в детские сады, посредством создания частных дошкольных учреждений, которые соответствуют всем предъявляемым нормам к организациям такого типа.

Использованные источники:

1. <http://malutka63.ru/kindergarten.html>
2. www.obraz.tver.ru
3. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.4.1.3049-13

Лунченкова Н.В.

студент 3 курса

Фидюлин А.В.

студент 4 курса

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ПРИМЕНЕНИЕ БАЗ ДАННЫХ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация. В данной статье рассматривается значение применения баз данных на предприятиях недвижимости и их преимущества, а также выявлены цели и задачи, которые решают БД на предприятиях недвижимости. Приведена специальная база данных Real Estate Data Base v1.0. по учёту и аренде недвижимости, разработанная авторским коллективом была разработана, её функции и интерфейс.

Ключевые слова: база данных, информация, предприятие недвижимости.

Наиболее характерной чертой современного развития экономики являются значительные достижения в области техники и технологий. Стремительное развитие науки, а также масштабы внедрения научных разработок в производство и другие сферы общественной жизни обратило научно-техническую революцию в естественное явление. Вследствие

усовершенствования коммуникаций и роста уровня образования, инновации фактически сразу после изобретения становятся общественным достоянием. В связи с быстрым развитием рынка, осложнением его инфраструктуры, информация становится таким же важным стратегическим ресурсом как материальные и энергетические.

Важной составляющей эффективного управления любым предприятием является система обработки информации. Она необходима для правильного структурирования, анализа и хранения данных, также получения данных без значительных задержек. Ярким примером систем обработки информации являются СУБД (системы управления базами данных). Такие системы предназначены для решения следующих задач:

- обеспечить получение общих и конкретизированных отчётов по результатам работы;
- определять направленность изменения важных показателей;
- производить точный и полный анализ данных.

База данных (БД) – это совокупность сведений, систематизированных таким образом, чтобы их было легко найти и обработать посредством ЭВМ. БД могут быть узкоспециализированными и содержать данные, отражающие одну из сторон деятельности предприятия, но помимо этого хранят коммерческую информацию. Коммерческая информация – это сведения об организации, направлении её деятельности, деловых партнёрах, поставщиках и клиентах, финансовом состоянии и оказываемых услугах (или выпускаемой продукции) должностных лицах и заключённых договорах. Но руководство фирмы вправе сохранять в тайне всю информацию о производственных, торговых, финансовых операциях, а также соответствующей документации. Существует Федеральный закон от 29 июля 2004 г. №98-ФЗ «О коммерческой тайне». Согласно этому закону «ознакомление определённых лиц с информацией, составляющей коммерческую тайну с согласия её обладателя или на ином законном основании при условии сохранения конфиденциальности этой информации».

При значительном количестве сделок с недвижимостью отсутствует какая-либо специальная законодательная база. В положении, установленном Правительством РФ 23 ноября 1996 г. №1407 в п.2 даётся следующее понятие риэлтерской деятельности: «осуществление юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями на основе соглашения с заинтересованными лицами (либо по доверенности) деятельности по совершению от их имени и за их счёт либо от своего имени, но за счёт заинтересованных лиц гражданско-правовых сделок с земельными участками, зданиями, строениями, сооружениями, жилыми и нежилыми помещениями и правами на них». В 2002 году в связи с изменением в законодательстве о лицензировании данное определение утратило свою силу и на сегодняшний день нет чёткого определения. В настоящее время деятельность предприятий недвижимости не имеет специальной

законодательной базы, и все операции осуществляются по общим правилам Гражданского кодекса РФ. Согласно статье 121 ГК РФ коммерческие организации могут создавать объединения с целью организации предпринимательской деятельности. Основная идея такой самоорганизации – переложить контрольные функции государства за деятельностью субъектов в конкретной сфере на самих участников рынка. Глобальной задачей саморегулируемых организаций является формирование цивилизованного рынка недвижимости, разработка кодекса риэлтора и создание общих правил этики участников рынка. Таким образом, сертифицированные и вступившие в Саморегулируемые организации агентства недвижимости получают доступ к единой базе данных, принимая общепринятые стандарты работы. Со стороны клиентов объединения агентства недвижимости в СРО подразумевает выбор качественных услуг, быстрое рассмотрение претензий и вопросов, разрешение споров, и самое важное – гарантированное возмещение ущерба в случае ненадлежащего оказания услуг [1].

В настоящее время в глобальной сети Интернет существует множество эргономичных систем для пользователя с удобным интерфейсом и полезными функциями. Примером может служить программа «ЛИК:МЕНЕДЖЕР», созданная для формирования баз данных клиентов с актуальными контактными данными по различным критериям. В режиме он-лайн можно самостоятельно построить и выгрузить клиентские базы с актуальными контактными данными (адрес, телефон, факс, e-mail, сайт), регистрационными данными компаний и ИП, ФИО руководителей. Данная система обладает рядом преимуществ. С помощью такой системы можно проводить e-mail маркетинг, создавать целевые базы данных, включая данные лиц принимающих решения для отправки коммерческих предложений, проводить маркетинговые исследования.

Для более полной информации об организациях и компаниях, находящихся в различных регионах России студией Оверпин был создан специальный проект ExportBase. Это база данных позволяет найти все необходимые сведения о других фирмах. Она универсальна и главное её преимущество состоит в том, что она имеет аналогов и конкурентов. Все данные в ней регулярно обновляются и являются актуальными.

База данных – это уникальное изобретение. Системное организованное хранение позволяет проще и мобильнее управлять информацией. Редактирование, удаление, фильтры, сортировки, добавление – стандартный набор функций любой базы данных. Сделав несколько записей в программе Excel о конкретных объектах недвижимости и их владельцах, можно считать, что риэлтор уже попал в сети базы данных. Но не отдельные файлы с информацией относятся к БД, а программная среда, позволяющая совершать различные операции. Необходимо правильно систематизировать всю информацию, вносимую в базу предприятия, так как

это позволяет быстрее конкурентов находить информацию об объектах недвижимости, оказывать должное внимание своим клиентам, полнее изучать рынок недвижимости. Кроме систематизации необходимо также правильно управлять данными, уметь быстро найти их, выполнять статистический и аналитический отчёт, запустить мониторинг процессов, предоставить благоустроенный интерфейс, лёгкую работу и понятные функции.

Введение баз данных в деятельность многих компаний, в том числе предприятий в сфере недвижимости кардинальным образом поменяло структуру и эффективность их работы. Обычно агентства недвижимости имеют дело с большим потоком клиентов, со многими видами недвижимости, различными договорами, большим количеством фотографий, прайс-листов. Следовательно, возникает острая нужда в структурировании такого огромного количества информации. Но не просто структурирования, а особого комплексного подхода, то есть разработки такой программы, которая смогла бы покрыть большую часть задач фирмы в управлении сотрудниками, клиентами, объектами, рекламными агентствами [2].

Использование БД на предприятиях недвижимости преследует две основные цели:

- повысить эффективность каждого отдельного риэлтора, каждого отдельного агентства недвижимости, повысить эффективность взаимодействия друг с другом, вывести управляемость рынком недвижимости на более высокий уровень;
- предлагая информацию из своих баз данных недвижимости, владельцы стремятся увеличить прибыль.

Для Общественно-делового центра «Город Будущего» в городе Шахты Ростовской области авторским коллективом была разработана специальная база данных RealEstateDataBase v1.0. по учёту и аренде недвижимости, которая располагает следующей информацией:

- возможность просто и быстро добавлять всю информацию об арендаторе, стоимости арендуемого помещения;
- упрощает работу с оформлением документов;
- позволяет быстро найти информацию о конкретном арендаторе, дату заключения и окончания договора, площадь арендуемого помещения.

База данных оснащена двухфакторной системой защиты персональных данных. Первый уровень включает в себя указанные данные при создании учётной записи: логин и пароль (стандартная защита). А второй уровень предполагает почтовый аутентификатор: генерирует код, который нужно будет вводить при каждом входе в аккаунт клиента. Пятизначный генерируемый код отправляется на указанную почту, который был указан при регистрации. Код изменяется каждые 30 секунд и отправляется благодаря скрипту, он может быть использован только один раз и его нельзя угадать. Если код не вводится в течение 30 секунд, то отправляется заново

новый и с новым паролем. Использование такой двухступенчатой системы безопасности отличает данную систему от аналогов. Внедрение данной программы на предприятие финансово выгодно, поскольку затраты осуществляются только на услуги специалиста.

С интерфейсом БД можно ознакомиться на рисунке 1.

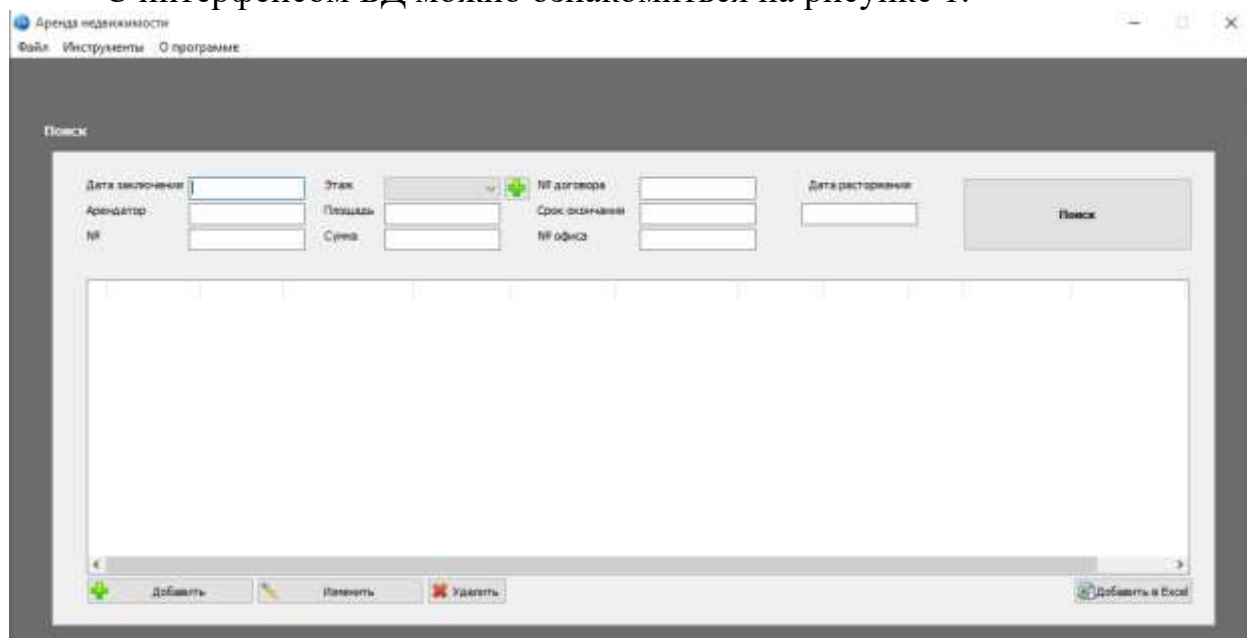


Рисунок 1 – Интерфейс программы Real Estate Data Base v1.0.

Следует отметить, что работа с таким внешним видом программы не вызывает быстрого утомления глаз и не оказывает отрицательного воздействия на психику. Применение этой системы на практике позволяет снизить трудоёмкость рабочего процесса, повысить качество оказываемых услуг.

Согласно работе Илькевича С.В. «Стратегия информатизации туристских и сервисных компаний: анализ проблем, подходов и обоснований», опубликованной в журнале «Сервис в России и за рубежом», предполагается, что прирост выручки от внедрения баз данных на предприятиях недвижимости варьируется в пределах от 3 до 6% [3]. Предполагается, что рост объёмов реализации от внедрения мероприятия составит 4%. Выручка исследуемой организации за предыдущий период (2015 г.) составила 2500 тыс.руб. Исходя из этих данных можно рассчитать прирост объёмов реализации:

$$\Delta B = \frac{B_{2015г.} \cdot 4\%}{100\%};$$

(1),

$$\Delta B = \frac{2500 \cdot 4\%}{100\%} = 2600 \text{ тыс.руб.}$$

Следовательно, выручка от реализации в 2016 году после внедрения

составит 2600 тыс.руб. На создание базы данных программисту потребовалось 27 дней, специалист работал по 2 часа в день, следовательно общее время работы составило 54 часа. Для оплаты услуг специалиста принято взять среднемесячную заработную плату по области, которая составляет 20 тыс. руб.[4].

Себестоимость услуг за 2015 г. составила 2250 тыс. руб., но учитывая незапланированные расходы на реализацию и внедрение БД, а также расходы на повышение квалификации работников, себестоимость в 2016 г. составит 2298 тыс.руб.

Выручка от реализации составила 2600 тыс.руб. а себестоимость составляет 2298 тыс.руб., исходя из этих данных можно рассчитать прибыль организации по формуле (2):

$$P = B - C; \quad (2),$$
$$P = 2600 - 2298 = 302 \text{ тыс.руб.}$$

Следовательно, прибыль организации после проведения мероприятия составит 302 тыс.руб.

Рассчитаем общий показатель экономической эффективности от проведения данного мероприятия – рентабельность:

$$P = \frac{P}{C} \cdot 100\%; \quad (3),$$
$$P = \frac{302}{2298} \cdot 100\% = 13\%.$$

Следовательно, рентабельность составит 13%, что говорит об увеличении прибыли организации после внедрения базы данных на 13%. и составит 302 тыс.руб. По сравнению с показателями 2015 г. рентабельность возрастёт на 2%, а прибыль – на 52 тыс.руб., что является положительной тенденцией.

Таким образом, затраченные средства на установку и внедрение базы данных дадут положительный результат, что говорит о целесообразности автоматизации процесса оказания услуг, в том числе на предприятиях недвижимости. Снижение трудоёмкости процесса оказания услуг в дальнейшем снизит уровень себестоимости организации, что позволит увеличить прибыль в следующих периодах.

Использованные источники:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 №51-ФЗ [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_5142/ (дата обращения 12.03.2016).
2. Федеральный закон от 29 июля 2004 г. N 98-ФЗ (ред. от 12.03.14) «О коммерческой тайне» [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_48699/ (дата обращения 12.03.2016).

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 23.11.1996 № 1407 [Электронный ресурс] URL: <http://poisk-zakona.ru/212313.html> (дата обращения 12.03.2016).
4. Алехина Е.С. Расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг // Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
5. Советов, Б.Я. Базы данных: теория и практика: Учебник для бакалавров / Б.Я. Советов, В.В. Цехановский, В.Д. Чертовской. - М.:Юрайт, 2013. - 463 с.
6. Илькевич С.В., Ермаков С.А., Шлапак В.С. Стратегия информатизации туристских и сервисных компаний: анализ проблем, подходов и обоснований / Сервис в России №3(50), 2014 г. с. 106.
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области [Электронный ресурс] URL: http://rostov.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/rostov/ru/news/

Мельникова Н.Ю.
студент 3 курса
Кушнарёва И.В., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты

КОНСАЛТИНГ В УПРАВЛЕНИИ ОБЪЕКТАМИ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация: В данной статье автор рассматривает роль консалтинговых фирм и ее консультантов в развитии деятельности рынка недвижимости. Рассматриваются разновидности консалтинговых фирм и их функции.

Ключевые слова: консалтинг, консалтинговые услуги, рынок недвижимости, коммерческая недвижимость.

Непрерывный прогресс на рынке коммерческой недвижимости способствовал развитию новых видов услуг в этой сфере. Положительное значение развития рынка недвижимости стало причиной значительных инвестиций в коммерческую недвижимость. Интерес инвесторов в данной области послужил толчком к формированию нового рода услуг, в частности, к развитию консалтинговых услуг. И хоть в настоящее время в стране наблюдается кризис и невысокая инвестиционная активность, спрос на услуги консалтинговых фирм остается неизменно большим. Спрос на них обусловлен желанием собственника наиболее выгодно использовать объект недвижимости, которым он обладает, в особенности в периоды кризиса.

Обращение к фирмам, предоставляющим консалтинговые услуги, позволяет собственнику коммерческой недвижимости повысить

эффективность будущих объектов строительства, а также снизить возможные риски. Именно потому необходимо привлечение специализированных консультантов, которые на каждом этапе строительства объекта недвижимости дадут возможность эффективного распределения ресурсов. К самым распространенным услугам консалтинговых фирм в отношении недвижимости можно отнести маркетинговые исследования того или иного сегмента рынка, разработку концепций недвижимости, составление бизнес-плана, создание инвестиционных проектов, рекламную деятельность.

Появление нового объекта недвижимости представляет собой весьма сложный процесс, влекущий за собой множество трудностей. Начинаются они с поиска земельного участка и оформления документации и не заканчиваются вплоть до непосредственной сдачи созданного объекта недвижимости. Именно в связи с этим деятельность консалтинговых фирм и ее представителей так важна при создании объекта недвижимости.

Под управлением недвижимостью понимается деятельность, направленная на поддержание и улучшение состояния объекта недвижимости, организация его развития с целью получения максимальной материальной выгоды от его использования [1]. Управление недвижимостью осуществляется на всем этапе создания объекта. Девелоперская компания, допустим, управляет объектом на протяжении всех стадий его развития. При этом эти действия она осуществляет от своего имени, за свой счет и, как говорится, на свой страх и риск. Деятельность таких компаний направлена, в первую очередь, на качественные изменения объекта недвижимости, что, в свою очередь, влечет за собой рост ее стоимости.

На современном рынке недвижимости можно найти множество компаний, оказывающих консалтинговые услуги. Опытные специалисты выделяют несколько групп консультантов консалтинговых фирм [2].

Во-первых, это риэлтерские компании. Предоставлять консалтинговые услуги на очень высоком уровне им помогает наличие аналитической информации о состоянии рынка недвижимости. Кроме того, не малую роль играет непосредственная заинтересованность таких фирм в конечном результате, ведь именно от него зависит их прибыль.

Во-вторых, это иностранные сетевые агентства. Услуги девелопмента, затронутые ранее, относятся к деятельности таких фирм. Проекты девелоперских компаний реализуются в отношении складских помещений, бизнес-центров класса А, элитной жилой недвижимости [3].

В-третьих, это консалтинговые фирмы, образовавшиеся при объединении нескольких фирм, ранее занимавшихся предоставлением консультационных услуг. Зачастую, это компании, занявшие рынок недвижимости всего один-два года назад.

Наличие такого разнообразия консалтинговых компаний на рынке недвижимости, к сожалению, не гарантирует высокий уровень качества

оказываемых услуг. Качественно оказанный консалтинг дает возможность предоставлять достоверные отчеты. Консультанты, составляя их, будут опираться, в первую очередь, на свой опыт и полученную ранее практику, а не на прогнозы, составляемые в этой области.

Высокий спрос на деятельность консалтинговых фирм в области коммерческой недвижимости вызван неспроста. Сейчас на рынке недвижимости можно встретить как опытного инвестора и застройщика, так и непрофильного участника рынка. Непрофессиональные инвестора и застройщики, не имея практики в управлении объектами недвижимости, принимают решение об инвестировании строительства новых объектов с целью получения быстрой прибыли. Однако развитие экономического кризиса сильно затронуло их деятельность, в результате чего дальнейшее развитие большинства проектов оказалось невозможным.

Невозможно не оценить всю степень важности существования консалтинговых компаний так во времена стабильности на рынке недвижимости, так и в периоды развития экономического кризиса в стране. Создание нового объекта недвижимости требует принятия грамотных управленческих решений на всем протяжении реализации проекта. Правильный и специализированный подход к управлению коммерческой недвижимостью помогает инвестору снизить сопутствующие риски и увеличить получаемую прибыль от объекта недвижимости. Реализация такого подхода возможна лишь при участии профессионалов, которых и предоставляют консалтинговые компании.

Использованные источники:

1. Горностаева Ж.В., Алехина Е.С., Демьяненко Е.Н. Необходимость внедрения инноваторских подходов на рынке жилья// Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2015. – 32-34 с.
2. Алехина Е.С., Теплинская С.И. Обоснование применения автоматизированных сервисов в оптимизации работы рынка недвижимости// Современное государство: проблемы социально-экономического развития Материалы IV международной научно-практической конференции. – Саратов, 2014. – 10-11 с.
3. [Электронный ресурс] URL: <http://renter.md> (дата обращения 06.03.2016)

*Мишина Е.Б.
студент, гр. ИНС-Тв41
Сорокина Ю.В.
аспирант
кафедра «Сервис»
Буряков С.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Сервис»
Институт сферы обслуживания*

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА

Ключевые слова: *информатизация, информационные технологии, нововведения, повышение эффективности управления предприятием.*

Аннотация: *В статье ставится задача рассмотреть информатизацию как основной фактор повышения эффективности управления предприятием. Авторы раскрывают сущность информатизации и основные методы, с помощью которых можно выстроить эффективные системы управления предприятием. Представлены основные ERP-системы для управления предприятием и проанализированы статистические данные объемов использования данных систем в различных отраслях.*

Без информационных технологий, удовлетворяющих потребности в информации, работа современных промышленных и сервисных компаний невозможна. Информационные технологии предоставляют возможность оптимально распределять все виды ресурсов организации.

Руководство любого предприятия, так или иначе, постоянно находится в поиске механизмов и инструментов для повышения эффективности управления предприятием в современных условиях с постоянно увеличивающимися информационными потоками.

В экономическом словаре понятие «информатизация» толкуется как процесс формирования оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей пользователей за счет применения соответствующих технологий [1].

Далеко не все сотрудники информационных отделов понимают, что для повышения эффективности управления предприятием руководству требуется не только улучшение технических характеристик компьютеров, внедрение принципиально новых информационных технологий или увеличение объемов данных, но и информация, влияющая на конкурентоспособность организации и динамику эффективности управления организацией, в том числе новые концепции организации управления. Термин «информатизация» был сформирован при разработке локальных многотерминальных информационно-вычислительных систем и сетей массового обслуживания.

Информатизация экономики и управления рассматривается в периодических изданиях как зарубежными, так и отечественными авторами.

Информатизация в области управления экономическими процессами предполагает решение следующих задач:

1. оптимизация системы управления;
2. планирование внедрения информационных технологий;
3. ориентацию информационных технологий на решение бизнес-

проблем;

4. проектирование и внедрение единого информационного пространства предприятия;

5. снижение совокупной стоимости владения информационными технологиями (закупка, разработка, внедрение, обучение, сопровождение);

6. сокращение сроков внедрения новых информационных технологий;

7. повышение эффективности используемых информационных технологий и отдачи от инвестиции в информатизацию;

8. возможность быстро и экономично расширять информационную инфраструктуру в будущем;

9. повышение конкурентоспособности и акционерной стоимости [2].

Периодический мониторинг уровня информатизации в организации, анализ эффективности информатизации управления позволит выявить и устранить недостатки в управленческом процессе, повысить качество подготовки принятия управленческих решений и эффективность управления предприятием в целом. Универсальных решений, одинаково подходящих всем организациям, нет, но есть методы, с помощью которых можно выстроить эффективные системы управления предприятием. Методы или подходы MRP, MRP II и ERP - это определенное описание того, как организация должна работать. Эволюция стандартов и концепций информационных систем управления представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Развитие стандарта MRP/ERP

Период	Название	Характеристика
1960-е годы	MRP	Планирование материальных потребностей. Разработана для оптимального использования складских помещений и нормализации транспортировок сырья и готовой продукции. Помогает выстраивать и управлять производственным циклом: от транспортировки расходного материала до удовлетворения потребностей клиентов.
1980-е годы	MRP-II	Методология управления всеми ресурсами предприятия и обеспечение решения задач планирования деятельности в натуральных единицах и в денежном выражении, моделирование возможностей предприятия в будущем.
1990-е годы	ERP	ERP-системы полностью поглощают системы класса MRP II, расширяясь за счет новых функциональных модулей, в первую очередь связанных с управлением финансами и персоналом.
2000-е по настоящее время	ERP-II	Дополнение классической функциональности ERP-систем блоками взаимоотношений с клиентами и поставщиками (CRM, SRM), а также управление цепочками поставок (SCM).

Мощная инфраструктура и методология построения систем помогает достигнуть высокого уровня эффективности при внедрении систем

управления типа MRP II/ ERP на современных предприятиях, что незамедлительно приведет к сокращению запасов, росту производительности труда и количества заказов, выполненных в срок. Развитие информационных систем отражает требования к совершенствованию бизнеса. Потребность в повышении качества управления, в соответствии с информационными процессами реальных бизнес-процессов, в ускорении документооборота и в подготовке принятия управленческих решений является ключевой для развития современных информационных систем.

В 2014 году IDC оценила рынок объем рынка в \$1,07 млрд, что на 5,9% больше по сравнению с предыдущим годом (\$1,015 млрд). Объем российского рынка систем управления предприятием будет расти в течение ближайших пяти лет в среднем на 3,4% ежегодно, поддерживаемый спросом со стороны предприятий процессного производства и сферы торговли, доля которых на рынке составила более 40%.

Ожидается, что рост рынка будет поддерживаться за счет спроса со стороны предприятий процессного производства, сферы торговли, ЖКХ, транспорта и государственных учреждений. Также прогнозируется рост интереса к решениям ERP-систем у учреждений здравоохранения, образования и муниципального сектора.

По мнению аналитиков IDC, стабильный прирост клиентской базы идет главным образом за счет малого и среднего бизнеса. Во многих случаях клиенты предпочитают комплексным и дорогим системам внедрение узкоспециализированных функциональных компонентов, например, EAM, HRM или CRM. Растет спрос на вертикально ориентированные решения. Такой выбор обусловлен не только сократившимися ИТ-бюджетами, но и растущей зрелостью самих заказчиков касательно вопросов, связанных с использованием информационных технологий для автоматизации их бизнес-процессов. Участники рынка ERP с осторожностью оценивают его перспективы и ожидают позитива от российского рынка ERP-систем только в узких секторах.

В первую десятку отраслей по объемам ERP-внедрений в России, по данным TAdviser на июль 2015 года, также входят машиностроение, строительство, пищевая и химическая промышленность, финансовые услуги, ЖКХ и бытовые услуги, область фармацевтики и медицины, металлургия и электроэнергетика. Сводная диаграмма представлена на рисунке 1.

Топ-10 отраслей по количеству ERP-проектов

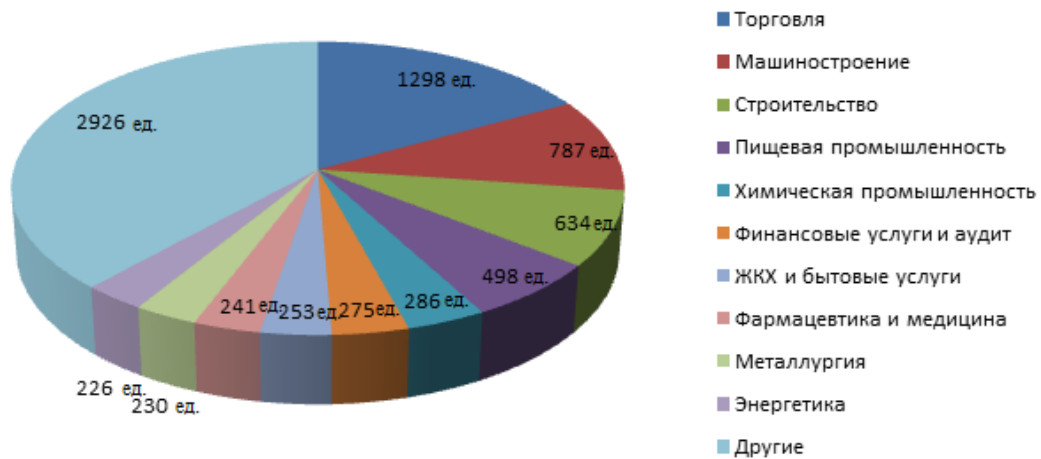


Рисунок 1 – Объемы ERP-внедрений за всю историю наблюдений TAdviser по июль 2015 года

Подводя итоги необходимо подчеркнуть основные задачи, разрешаемые с помощью ERP-систем:

- автоматизации бизнес-процессов;
- создание единой монолитной системы;
- сокращение штата;
- повышение качества планирования;
- снижение запасов и оптимизация ассортимента;
- увеличение скорости потока и оборачиваемости;
- повышение прибыльности проектов, за счет соблюдения точных сроков производства и поставок.

ERP-система должна приносить компании совершенно конкретный финансовый эффект, а возможно это только, если компания будет применять определенные методики управления, заложенные в данную систему.

Использованные источники:

1. Алехина Е.С. расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг. Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
2. Gornostaeva Z.V. the improvement of the technology of the service processes for the development of barrier-free Russian market of services Life Science Journal. 2014. Т. 11. № 11s. С. 412-416.

Моисеева А.В.
студент 4 курса
Горностаева Ж.В., к.э.н.
профессор, зав. кафедрой «Сервис»
Институт сферы обслуживания

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Аннотация: в данной работе рассматривается развитие агропромышленного комплекса с внедрением информационных технологий, проблема обеспеченности агропромышленного комплекса информационными ресурсами.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, информационные технологии, автоматизация производства, сельское хозяйство.

В настоящее время информационная экономика во многом зависит от совершенствования информационных технологий. Достижение большинства целей организации не возможно без хорошей информированности менеджеров, знания конъюнктуры рынка и знания новейших технологий производства и распределения. Новые технологии и НТП, в условиях рыночной экономики, идут вперед огромными шагами, опережая рынок на несколько лет. Наибольшим изменениям подвержена внешняя среда предприятий, что приводит к увеличению объемов и скорости распространения информации. В связи с этим для успешного ведения бизнеса нужно уменьшать время принятия решений, что неизбежно приводит к увеличению скорости получения информации. На сегодняшний день информация стала очень сильно влиять на процесс распределения, обмена и потребления созданных товаров и услуг, а также на процесс становления и развития рыночных принципов и механизмов хозяйствования для установления постоянных хозяйственных связей между всеми участниками экономических отношений. Все это позволяет выделить информацию как ещё один фактор производства.

Россия обладает значительными информационными ресурсами, соответствующими ее научно-техническому, экономическому, культурно-образовательному уровню. Однако организация, качество и структура информации, степень ее использования отстает от современных требований на потребительском рынке и, в том числе, в системе АПК. Не имея доступа к информации, отрасль АПК испытывает серьезные трудности в модернизации. Одной из главных проблем информатизации экономики в России является то, что из-за большой и различной по своему виду и способу ведения хозяйства территории предприятия системы АПК не могут использовать одни и те же информационные ресурсы. Кроме этого, существуют ещё проблемы технического характера: нет локальных информационных систем на уровне района или области, отсутствует экспертный совет т. д. Предприятия АПК имеют неодинаковый доступ к различной справочной или статистической информации или не имеют его вовсе. Решением этих серьезных проблем может стать создание информационных систем. Информационная система – комплекс,

включающий вычислительное и коммуникационное оборудование, программное обеспечение, лингвистические средства и информационные ресурсы, а также системный персонал и обеспечивающий поддержку динамической информационной модели некоторой части реального мира для удовлетворения информационных потребностей пользователей. Обладая нужной информацией, руководитель может осуществлять мониторинг хозяйственной деятельности предприятия, быстро получать информацию о новых производственных технологиях и новинках НТП, так же будет иметь доступ к различной информационной и статистической информации[1].

Созданные во многих регионах РФ информационно-консультационные службы, как новые инфраструктурные организации, в стратегической перспективе будут развиваться и совершенствоваться, поскольку в настоящее время они недостаточно эффективно работают в силу субъективных причин: не в полном объеме подготовлены информационная и консультативная базы данных, недостаточно компетентных сотрудников, способных выдать оптимальный вариант управленческих решений, как правило, обслуживаются не все сферы АПК, а только предприятия всех форм собственности и типов хозяйствования сельского хозяйства. Основная роль информационно-консультационных служб в сельскохозяйственном производстве состоит в том, чтобы помочь сельским товаропроизводителям принимать лучшие решения, то есть те решения, которые помогут им наилучшим способом достичь собственных целей. Однако для развития производства сельские товаропроизводители должны принимать совершенно разные решения, учитывая при этом окружающую ситуацию. При этом развитие сельскохозяйственного производства приводит к увеличению выхода продукции на единицу: земли, труда, капитала или других ресурсов, используемых в производстве.

Одним из актуальных направлений использования информационных технологии в АПК становится точное земледелие, которое обеспечивает стратегию управления урожайностью сельскохозяйственных культур, использующую глобальную систему позиционирования (GPS), ГИС технологии и данные из множественных источников об условиях роста и развития растений и экономической ситуации каждой единицы управления в пределах отдельно взятого поля[2].

Сельское хозяйство – идеальная среда для применения информационных технологий. Но недостаточность финансовых средств в сфере аграрной науки не дает возможности для широкого применения современных информационных технологий. Таким образом, вопросы автоматизации и информатизации сельскохозяйственного производства будут иметь первостепенное значение.

Использованные источники:

1. Меняйкин Д. В., Таланова А. О. Информационные системы и их применение в АПК // Молодой ученый. — 2014. — №3. — С. 485-487.

2. Информационные технологии в АПК [Электронный ресурс]. – URL: <http://pandia.ru/text/77/366/33561.php>, свободный. – Загл. с экрана. – Язык русский.

Монова А.В.

Баклакова В.В.

студент

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

МАРКЕТИНГОВЫЕ СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Аннотация. В статье рассмотрены маркетинговые способы повышения эффективности предприятий сферы услуг. Авторы изучили сущность маркетинга в сфере услуг и способы его применения на предприятиях сервиса, а также представили примеры видов маркетинга. В данной работе выявлен наиболее подходящий метод маркетинга для отечественных предприятий сферы сервиса.

Ключевые слова: маркетинг, сфера услуг, аромамаркетинг, контент-маркетинг, реклама, детский маркетинг, методы маркетинга.

На данный момент все предприятия желают добиться успехов в продвижении товаров и услуг. Для достижения данной цели учитываются такие факторы как: точно подходящая стратегия, эффективный персонал, оптимально настроенная система информирования, а также точное соблюдение программы маркетинга. Общей чертой предприятий на всех уровнях развития на сегодняшний день является **максимальная ориентированность на потребителя** и построение работы на основе маркетинга. Главная цель предприятий, стремящихся максимизировать свою прибыль, понять и удовлетворить нужды потребителя на четко обозначенных целевых рынках. Для того чтобы достичь поставленных целей, компании наставляют каждого работника своего предприятия увеличивать потребительскую ценность, при этом обеспечивая полное удовлетворение потребностей покупателя, потому что только при данном подходе компания получит желаемую прибыль и долю рынка [1].

Именно работа отделов маркетинга ориентировано в наибольшей степени на удовлетворение потребителей, чем другие подразделения предприятий. Удовлетворение клиента и создание потребительской ценности — главная суть сегодняшней практики и теории маркетинга.

Значительная часть людей полагает, что маркетинг это продажи и реклама, потому что каждый день общество сталкивается с тысячей рекламных роликов и объявлений в газетах. Но продажи и реклама — это два неотъемлемых компонента маркетинга (составные части маркетинга).

В экономической литературе под маркетингом понимается процесс, который заключается в прогнозировании потребностей потенциальных покупателей и в удовлетворении этих потребностей путем предложения соответствующих товаров — технологий, изделий, услуг и т.д.

В современном мире все компании реально оценивают важность роли маркетинга для успешной деятельности предприятия сферы сервиса. С усилением темпов технического прогресса борьба за рынок, а также за прибыль переходит от функций производства услуг к изучению рынка, деятельности по разработке маркетинговых стратегий в области ассортиментной, коммуникационной, ценовой, сбытовой политики, выявлению потребительских предпочтений, т. е. сводятся к применению маркетинга.

Все более популярной становится концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. В неё входят как традиционная рекламная кампания - ATL-реклама, так и BTL-коммуникации и связи с общественностью. Примерно в середине XX века появились термины ATL и BTL. Но возникли они случайно: руководителю одной из американских компаний было необходимо подписать рекламный бюджет. Первоначально в него были занесены средства, предполагающиеся потратить на традиционную рекламу в СМИ; затраты же мотивацию потребителей (подарки и пр.), проведение конкурсов, бесплатные образцы продукции, купоны и т. п. были внесены им от руки, под чертой «основных» расходов. Исходя из этой легенды и возникли определения «над чертой» и «под чертой». К затратам на ATL («над чертой») относится реклама, которая предполагает использование СМИ: журналов, газет, телевидения, радио, а также рекламных щитов. В BTL («под чертой») входят всевозможные способы стимулирования сбыта. Расходы на данное направление рассчитываются исходя из общего бюджета на реализацию маркетинговых коммуникаций, а также существует тенденция перераспределения бюджета BTL из остаточного в категорию основных [2].

Рекламный ролик является презентацией товара, и его главная цель вызвать определенные эмоции у клиента, следовательно, презентация носит в первую очередь эмоциональный характер.

Для эффективной презентации товара или услуги необходимо использовать «правило десяти»: 10-10-10. Это означает, что она должна длиться менее десяти минут, презентация должна быть понятна десятилетнему ребенку (должна быть достаточно яркой и простой), а саму презентацию нужно отрепетировать минимум 10 раз.

Еще одним способом повышения эффективности предприятий сервиса является событийный маркетинг. Это комплекс мероприятий по поддержанию имиджа компании и ее продукции, продвижению ее торговых марок и услуг с помощью ярких и запоминающихся событий. Таким образом, компания взаимодействует с общественностью, формирует

благоприятное мнение о себе, хорошую репутацию производителя, сообщает о себе и своей продукции то, что представляет информационный интерес (акции, купоны, распродажи в честь праздников, фестивали, рекламные туры, вручение премий и т.д.). Обычно после профессионально проведенного мероприятия следует положительная реакция целевой аудитории: растут лояльность к компании, интерес к ее продукции со стороны потенциальных клиентов.

После того как производители признали ребенка полноценным и особым потребителем детский маркетинг появился как отдельное направление. В детском маркетинге все — и продукт, и упаковка, и способы позиционирования и продвижения товаров — разработано с учетом особенностей детских запросов, специфики восприятия ребенка. В то же время важнейшей отличительной чертой детской целевой аудитории является ее быстрая ответная реакция на социальные изменения, на новые элементы окружающей действительности. В сочетании с недостаточным жизненным опытом и низкой степенью социализации, а также слабыми механизмами внутреннего противодействия эти особенности делают детей исключительно привлекательной для производителей товаров группой потребителей. Так, дети моложе семи лет особенно восприимчивы к телевизионной рекламе. Исследование, проведенное еще в 1970е годы, установило, что на вопрос, поверят ли дети больше родителям или телевизионным/мультипликационным героям (как Маша и Медведь), утверждающему обратное тому, что говорилось родителями, большинство опрошенных маленьких детей ответили, что больше поверят телегерою. Но дети — пользователи многих товаров далеко не всегда их покупатели. Решение о покупке принимают один или оба родителя, хотя роль детей как оказывающих влияние на решение и как пользователей тоже немаловажна. Родители отчасти определяют и способность своих детей оценивать рекламную информацию, мотивацию их потребления, помогают детям формировать предпочтения в отношении торговых марок. Когда решение принимает сам ребенок, родительское влияние прослеживается на всех его стадиях. Все это должно учитываться предприятиями, которые практикуют детский маркетинг [3].

Также к способам маркетинга относится мерчандайзинг. Именно инструменты мерчандайзинга, как средства искусной невербальной коммуникации, позволяют привлечь внимание потребителя к товарам в месте их продаж. Особенно важный момент в мерчандайзинге — правильно подобрать и разместить рекламные материалы (буклеты, монетницы, плакаты, ценники, «стоячие» и подвесные модели товара и т.д.). Функции данного способа следующие: помогать сориентироваться в торговом зале, информировать потребителей, привлекать внимание к торговой марке и товару и, в конечном итоге, их продажа.

При оформлении упаковки все чаще используется образ того или

иного известного персонажа кино или мультфильма, фигурирующие в кино предметы отождествляются с рекламируемым товаром («заменяются» им) это называется киномерчандайзинг. Использование на потребительском рынке кинобренда очень эффективно. В особенности большое преимущество дает продвижение продукта на базе существующего образа персонажа: снижаются издержки на запуск новых продуктов, сокращается время вывода нового товара на рынок. Ведь популярные кино и анимационные герои изначально обладают высоким рейтингом и легко узнаваемы, а коммуникационное воздействие тем сильнее, чем более лояльны потребители к торговой марке, чем быстрее они ее вспоминают.

Маркетинговые исследования показывают, что наличие приятных ароматов вынуждает покупателей проводить в магазинах на 15-20% дольше, чем обычно, что, соответственно, положительно сказывается на уровне продаж. Инструментом аромамаркетинга является ароматизация - вид профессиональной деятельности, который возник на стыке дизайна интерьеров, профессиональной ароматерапии и маркетинга; представляет собой целый комплекс мероприятий по созданию специальной ароматической атмосферы, стимулирующую те или иные эмоции человека.

Данный способ маркетинга подразделяется на 3 вида:

— Аромабрендинг - создание запланированной ассоциативной связи определенного аромата с конкретной торговой маркой/организацией для идентификации продукции этой организации, а также для отличия товаров или услуг этой организации от продукции конкурентов. Главной составляющей аромабрендинга является разработка ароматизатора - элемента фирменного стиля, представляющего собой специфический аромат, используемый как отличительный признак организации.

— аромаполиграфия - ароматизация печатной продукции любого характера.

— аромасувениры - ароматизация сувениров довольно популярна, так как является эффективным инструментом повышения лояльности клиентов, особенно если компания "ароматизирована". Получив подарок при покупке ароматизированное мыло в форме логотипа компании, либо маленькую игрушку (например, башмачок, если компания занимается обувью), клиенту не просто становится приятно - он уносит с собой характерную часть бренда, которая длительное время будет ему о нём напоминать, повышая желание возвращаться к товару или услуге вновь и вновь.

В современном мире самым популярным способом маркетинга становится контент-маркетинг — это привлечение клиентов с помощью полезного и интересного *контента*. Контент дословно означает «содержание» или «содержимое». Контент — это любой полезный текст:

твит, пост в соцсети, заметка в блоге, выпуск рассылки, статья, книга. Ключевое слово — польза. Контент отличается от рекламы тем, что старается быть полезным сам по себе, без скрытого коммерческого умысла. С помощью контент-маркетинга клиент сам выбирает какой товар или услугу он приобретет [4].

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что на данный момент имеется множество маркетинговых способов повышения эффективности предприятий сферы услуг, и каждый раз создаются и внедряются новые маркетинговые методы в различные сферы деятельности. По мнению авторов, самым эффективным способом является контент-маркетинг, т.к. большинство людей перед совершением покупки читают отзывы в Интернете и сравнивают с другими товарами или услугами, тем самым попадаясь в ловушки маркетинга.

Использованные источники:

1. Pakhomova A.I., Buriakov S.A., Vasenev S.L., Gornostaeva Z.V., Kornienko M.V. Localization of the urban workforce reproduction of the modern city Asian Social Science. 2014. Т. 10. № 15. С. 255-260.
2. Дуванская Е.В., Лемешенко Е.В., Лемешко М.А., Горностаева Ж.В., Кузнецов А.А. Влияние информационного сервиса на деятельность торговых организаций // Экономика и социум. 2014. № 1-3 (10). С. 82-85.
3. Сорокина Ю.В., Красковская А.С., Мельникова М.О. Проблемы оценки качества государственных услуг в стране на примере почты России // В сборнике: современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах. Сборник научных трудов 4-й Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Горохов А.А.. 2015. С. 396-401.
4. Сорокина Ю.В., Красковская А.С., Баклакова В.В., Свинарёва Ю.А., Моисеева А.В., Шабельник Л.А., Цыбулько В.В. Ярмарки вакансий как элемент послепродажного сервиса образовательных услуг // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1. С. 708.

Нагай Н.Г., к.э.н.

доцент

Васильева О.А.

ст. преподаватель

Институт сферы обслуживания и предпринимательства

Донской государственный технический университет

филиал

Российская Федерация, г. Шахты

ТЕХНОЛОГИЯ ДИНАМИЧЕСКОГО ПАКЕТИРОВАНИЯ:

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ТУРАГЕНТСКОГО БИЗНЕСА

Аннотация. В данной статье рассмотрены проблемы развития рынка

туристских услуг в России. Выявлена и обоснована необходимость интегрирования в туристскую деятельность новых технологий с целью преодоления последствий экономического кризиса. Показано, что использование динамического пакетирования позволит исключить риски квотирования на размещение и транспортировку туристов, обеспечить потребителю гарантию предоставления реализованных услуг, расширить ассортимент предлагаемого турпродукта.

Ключевые слова: технологии туроперейтинга, динамическое пакетирование, агентская деятельность

За последние годы накопилось множество предпосылок для радикальных изменений в туристской отрасли. При этом большинство отечественных туристских предприятий фактически не учитывали в своей деятельности те глобальные тенденции, которые уже коренным образом поменяли рыночную модель туризма в большинстве развитых стран. Поэтому, пересмотр и реформирование бизнес-процессов в отрасли – процесс неизбежный.

Сложившаяся кризисная ситуация, сокращение числа субъектов туристской деятельности одновременно дают возможность для оздоровления турбизнеса. Это трудоемкий процесс, предусматривающий изменение отраслевого законодательства в соответствие с новыми глобальными трендами, реализацию новых технологических стандартов, введение документооборота, соответствующего новой технологической стратегии.

Одно из наиболее перспективных направлений туроператорской деятельности – динамическое пакетирование туров – новая технология формирования и реализации турпродукта путем прямого обращения к ресурсным системам поставщиков услуг.

Профессионалы турбизнеса активно полемизируют о влиянии на рынок данной технологии, ее преимуществах для поставщиков услуг, турпредприятий и потребителей. Попытаемся определить сущность технологии динамического пакетирования туров и ее преимущества для туристских агентств.

Сегодняшняя рыночная конъюнктура вследствие экономического кризиса крайне неблагоприятна для российских турпредприятий. В сложившихся условиях субъекты туристской деятельности должны интегрировать новые услуги и продукты, за которые готов платить путешественник, и которые ему не может предоставить отдельно взятый поставщик, даже системообразующий.

Основными направлениями для создания новых потребительских ценностей должны стать: комплексное обслуживание за счёт расширения спектра дополнительных услуг, повышение качества пост-продажного обслуживания, внедрение международных стандартов сервиса.

Также следует отметить, что сильно изменились потребительские

предпочтения. Направления и объемы традиционного туроперейтинга сокращаются, оскудевший ассортимент массовых направлений уже не устраивает туристов.

В этой ситуации технология динамического пакетирования предлагает агенту универсальный инструмент бронирования по всему миру – остается только выбрать требуемые варианты услуг по любому из направлений: от массовых до самых экзотических, оформить заказ, оплатить его любым удобным способом и сразу же выдать туристу все документы по поездке. Кроме того, в системе можно бронировать отдельные услуги – авиаперелеты, отели, страховки, трансферы или использовать ее как конструктор туров, собрав все необходимые заказчику сервисы в единый заказ.

Рассматриваемое технологическое решение позволит российским турагентам:

- обеспечить конкурентоспособность с международными интернет ресурсами туруслуг, активно наступающими на отечественного потребителя;
- повысить производительность труда сотрудников и эффективность деятельности компании в целом;
- оптимизировать и автоматизировать бизнес процессы;
- внедрить международные стандарты обслуживания потребителей [1].

При бронировании услуг в динамическом пакете экономическое преимущество для турагента достигается путем предоставления поставщиками выгодных цен при условии, что они «защиты» в пакет с остальными услугами и отдельно не публикуются. Именно поэтому при бронировании динамического пакета, а не отдельных услуг, экономия может достигать 15-20%. Такая ценовая политики поставщиков, объясняется тем, что они заинтересованы в дополнительных каналах сбыта, однако открыто понижать тарифы и конфликтовать с уже существующими каналами дистрибуции им невыгодно.

Агентство, заключившее договор с оператором, использующим платформу динамического пакетирования туров, изначально получает цены нетто. Определение и установление наценок осуществляется в личном кабинете самим агентом – таким образом, ценообразование фактически передается в его руки. Турагент может добавить проценты или фиксированные суммы в рублях на пакет целиком или на каждую услугу отдельно. Наценка автоматически добавится в конечную стоимость тура, которая указывается заказчику в технологической документации.

Взаиморасчеты между оператором и агентом производятся различными способами: банковский платеж, оплата через терминал или с депозита. Если бронирование рисковое, требующее моментальной оплаты, при отсутствии депозита, возможно использование доверительного платежа – отсрочки оплаты для агентств, с которыми оператора связывает история успешного сотрудничества. По факту оплаты происходит моментальное

оформление и выдача всех технологических документов – ваучеров, авиабилетов, страховых полисов.

Туроператоры, предлагая агентствам работу в системе динамического пакетирования, отмечают ее максимальную простоту, удобство и эффективность. Данная технологическая платформа предусматривает гибкую систему фильтров, которая позволяет быстро получить оптимальный результат исходя из всех важных заказчику турпродукта факторов: цены, пожеланий к перелету, требований к категории или питанию в отеле, его удаленности от центра курорта или аэропорта и так далее.

Функционал личного кабинета агентства в системе динамического пакетирования, позволяет полностью охватить работу агентского офиса. Это и выдача отдельного пароля каждому менеджеру по продажам, и установление агентской наценки, и отслеживание продаж. Особое внимание уделяется максимальной автоматизации отчетности и выдачи бухгалтерских документов.

Подводя итог, можно отметить, что переориентация туристских агентств на современные технологии откроет им дополнительные возможности сохранить бизнес в кризисных условиях. Технология динамического пакетирования туров уже доказала свою актуальность и состоятельность в сложной экономической ситуации, помогая туристским компаниям эффективно управлять доходами, реагировать на спрос и потребности современного туриста.

Использованные источники:

1. Цифровая революция в туризме: что делать? Инновационным технологиям нет альтернативы. Информационный портал «Российский туризм», 2015. http://russiantourism.ru/experts-rt/experts-rt_15208.html

Пахомова А.И., к.э.н.

доцент

Алешина К.Ю.

студент 4курса

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ*

Россия, г. Шахты

СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Аннотация. В данной статье рассмотрена роль сервис-менеджмента как инструмента эффективной деятельности предприятий сферы услуг.

Ключевые слова: менеджмент, сфера услуг, сервис-менеджмент, управление сервисом

В настоящее время на многих сервисных предприятиях возникает проблема успешного функционирования на рынке услуг. Поскольку многие

руководители не уделяют достаточного внимания к проблеме эффективного управления. Последствиями такого руководства являются снижение основных технико-экономических показателей, а также уменьшение клиентов данной компании. В результате такие предприятия становятся неэффективными и неконкурентоспособными, что приводит к банкротству.

Таким образом, менеджмент играет важную роль в развитии сервисных предприятий. Однако в последнее время большую популярность приобретает новая школа менеджмента, которая получила название сервисный менеджмент или сервис-менеджмент.

В сервисной деятельности выделяют такое понятие как управление сервисом. Таким образом, два похожих понятия «управление сервисом» и «сервис-менеджмент» схожи, но в тоже время сильно различаются.

Управление сервисом представляет собой управление сервисными подразделениями предприятия, а также деятельностью работников по оказанию услуг. Это означает, что во многих сервисных компаниях упор делается на функциональное содержание различных услуг, т.е. основной задачей работника является качественно оказать конкретную услугу. В таких предприятиях роль сервиса определяется только в получении максимальной прибыли через сумму платежей за отдельные услуги. Такой подход больше относится не к руководителю предприятия, а к руководителю сервисной службы. Однако такой подход управления имеет отрицательную тенденцию. Это сказывается на эффективном развитии сервисного предприятия в целом. Поэтому на предприятиях сферы сервиса требуется кардинальное изменение философии бизнеса.

Одним из таких решений является внедрение сервис-менеджмента. Это понятие возникло вслед за осознанием теоретиками и продвинутыми практиками бизнеса того, что клиентами покупается не то, что им продают. Не товары или отдельные услуги, а решения периодически возникающих проблем, способы удовлетворения их постоянных и множественных потребностей. Этих потребностей действительно много и далеко не все из них материальны и исключительно функциональны. Кроме того, у потребителя часто существуют разные варианты их удовлетворения. А вот средств (ресурсов) для одновременного снятия этих вопросов, как правило, не хватает. Поэтому потребитель, совершая покупку, стремится решить сразу несколько проблем за те же деньги.

Таким образом, сервис-менеджмент - философия управления, согласно которой оно принципиально ориентируется на удовлетворение потребностей конкретного клиента.

Само понятие «сервисный менеджмент» (автор термина - Р. Норманн) вошло в научный и практический оборот в начале 80-х годов, сначала в Швеции и Великобритании. Постепенно оно стало общепринятым, обозначающим принципиальную направленность управленческой деятельности. В результате образуется новая школа в менеджменте,

получившая название сервисный менеджмент.

Концепция сервис-менеджмента предполагает, что на современном этапе экономического развития общества главным для успеха бизнеса является своевременное обнаружение и реальное обеспечение потребностей клиентских групп и по возможности конкретного клиента.

В этой связи способность менеджеров действовать в поле высококачественного обслуживания клиентов становится наиболее значимым профессиональным качеством, ложится в основу разработки и реализации конкурентных стратегий и, в целом, управления современных организаций.

Использованные источники:

1. Войнов Б.Г., Буряков С.А. Основные ошибки управленцев / Б.Г. Войнов, С.А. Буряков // Актуальные вопросы развития современного общества сборник статей 4-ой Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. 2014. С. 231-234.
2. Горностаева Ж.В., Алехина Е.С., Щербакова Н.В. Применение клиентоориентированного подхода на предприятиях сервиса // Экономика и предпринимательство. 2014. №4 ч.1 (45-1), 2014.

Пахомова А.И., к.э.н.

доцент

кафедра «Сервис»

Данилова Е. В.

студент 3 курса

Институт сферы обслуживания

и предпринимательства (филиал) ДГТУ

Россия, г. Шахты

АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация. В данной статье рассмотрена тема влияния экономического кризиса на современные предприятия сервиса.

Ключевые слова. Кризис, сфера обслуживания, предприятия сервиса.

Современная сфера сервиса оказывает значимую роль на жизнь

общества, так как она широка и многогранна. Несмотря на обширный спектр сервисной деятельности, ключевой ее целью является оказание качественных услуг населению.

В настоящий момент для предпринимателей важным фактором развития своего бизнеса является не только конкуренция на рынке товаров и услуг, но и проблемы, связанные с экономическим кризисом в России. Прогнозы экономистов неутешительны, и нередко их связывают с кризисом девяностых годов. Как же быть предпринимателям и не потерять свое дело?

Несмотря на любые внешние и внутренние факторы, качество оказываемой услуги должно быть предельно высокой, так как в свете развития конкуренции можно легко потерять спрос населения. Многие руководители не стремятся повышать квалификацию и уровень профессионализма своих сотрудников, что непременно является упущением, так как современные инновационные технологии развиваются с большой скоростью. Стоит учитывать, что профессионализм сотрудников является основополагающей частью работы предприятия.

Иногда бизнесмены пытаются решить проблему производственных издержек путем сокращения штата или «урезанием» заработной платы сотрудников. Обычно, эти меры помогают высвободить некоторое количество денежных средств из бюджета предприятия, но они же могут оказать негативное влияние на качество и объем оказываемых услуг или производимых товаров.

Исходя из вышеперечисленного, можно сказать, что в современном мире важным фактором будет определение соотношения количества издержек производства и объемом получаемых доходов. К примеру, продуманная маркетинговая политика компании способна привлекать новых клиентов, но при этом, денежные средства, вложенные в рекламу услуги или товара, могут не принести желаемого результата, а вот качественный товар, представленный потребителю, обязательно создаст определенный круг постоянных пользователей. Здесь очень важно определить цели, на которые тратятся большие средства.

Такая корректировка политики компании является важным инструментом в антикризисном управлении предприятиями сервиса, не требует модернизации компании и помогает предпринимателям не потерять свое дело в сфере сервиса.

Использованные источники:

1. Электронный ресурс «Бизнес-школа ИТС Group» Прохорова А.А. Антикризисные меры для предприятий сервиса
2. Пятенко С.В. Внутренняя политика менеджмента в период кризиса, Ведомости от 18.11.2014 г.
3. Войнов Б.Г., Буряков С.А. Основные ошибки управленцев / Б.Г. Войнов, С.А. Буряков // АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА сборник статей 4-ой Международной научно-практической

конференции: в 4-х томах. 2014. С. 231-234.

*Плотникова М.А.
студент 4 курса*

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального образования «Донской
государственный технический университет»
филиал в г. Шахты Ростовской области
ИСО и П (филиал) ДГТУ*

Российская Федерация, Ростовская область, г. Шахты

ПРОЦЕСС КОНТАКТА МЕЖДУ КЛИЕНТОМ И АГЕНТОМ НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация к статье: От того пройдет ли сделка удачно или нет, зависит от контакта между клиентом и агентом недвижимости. Существуют разные способы как расположить к себе клиента, в данной статье рассмотрены основные приемы и советы для удачного контакта между клиентом и агентом недвижимости. Общение с клиентом – это целая наука, простая в теории, но сложная на практике.

Ключевые слова: риэлтор, агент по недвижимости, клиент, общение, контакт.

Заработок риэлтора зависит от количества заключаемых сделок, а вот на количество сделок влияет сразу несколько факторов: компетентность, репутация и умение общаться с клиентами. Общение с клиентом решительным образом влияет на то, обратится вторично клиент в данную фирму. Она делает привлекательной для посетителей службу. Общение между клиентом и риэлтором рассматривают как пространство контакта, процесс и содержание контакта.

Агенты недвижимости используют коммуникативное взаимодействие с потребителями в контактной зоне. Контактная зона – общая сфера, окружающая клиентов в период нахождения их в фирме.

Процесс контакта между клиентом и агентом недвижимости состоит из двух видов общения: вербального и невербального. Около 10% общения приходится на «вербальное» воздействие, 30% – воздействие, оказываемое тембром голоса, его мелодичностью и ритмикой, а остальные 60% – воздействие, оказываемое визуально наблюдаемыми компонентами поведения: движениями, взглядами, стилем одежды, выражением лица, манерой поведения.

Существует несколько советов, как расположить к себе клиента: хорошее впечатление с первой секунды, пусть постоянным настроением станет «позитивная уверенность в себе». Клиент должен это чувствовать.

Продажа или покупка недвижимости – для многих стрессовая ситуация, поэтому важно, чтобы в риэлторе ощущалась сила и производилось впечатление человека, на которого можно положиться. Не выказывать раздражения, даже если клиент опоздал, забыл документы, сказал явную глупость [1].

Выглядите опрятно. Проследить, чтобы такие элементы, как разошедшиеся молнии и оторванные пуговицы, не дополняли образ. Слишком шикарная одежда будет лишней, но в общении с клиентами, которые хотят приобрести недвижимость класса люкс, такая одежда будет смотреться умеренно.

Смотреть собеседнику в глаза. Не нужно делать это напряженно или пристально, но и отводить глаз не стоит. Общаясь с клиентом, смотреть нужно дружелюбно.

Слушать, что говорит клиент. Пусть инициатива в разговоре исходит от него. Самое важное для агента недвижимости – это понять потребность клиента, его проблему. Не перегружать собеседника информацией и не перебивать.

Обязательно, но только к месту и деликатно, приводить случаи из практики, подтверждающие, что риэлтор профессионал, что он уже решал похожие проблемы в подобной ситуации, и все остались довольны.

Если возникают, какие-то сомнения или возражения у клиента, то здесь нечего бояться риэлтору в такой ситуации. В первую очередь надо не растеряться, взять в себя в руки, быть доброжелательным, открытым и последовательным. Важно понимать, что возражения и сомнения – это абсолютно нормально, для многих это просто психологическая реакция. Всегда выслушивать возражения клиента до конца, не перебивать и не выражать раздражения, а затем последовательно приводить свою аргументацию [2].

Общение риэлтора с клиентом, во многом определяет успешность сделки. Это целая наука, простая в теории и невероятно сложная на практике. Агент по недвижимости выполняет тройную роль, он является специалистом в сфере недвижимости, продавцом и частью самой сферы недвижимости.

Использованные источники:

1. Войнов Б.Г., Буряков С.А. Основные ошибки управленцев / Б.Г. Войнов, С.А. Буряков // АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА сборник статей 4-ой Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. 2014. С. 231-234.
2. Черничкина О.С., Пахомова А.И. Процветающий сервис как экономическое благо России // международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 4-2 (11)
3. Pakhomova A.I., Buriakov S.A., Vasenev S.L., Gornostaeva Z.V., Kornienko M.V. Localization of the urban workforce reproduction of the modern city Asian

*Погодина Е.А.
студент 3 курса
Буряков С.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Сервис»
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

ПРАВОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПРИ ОПЕРАЦИЯХ С НЕДВИЖИМЫМ ИМУЩЕСТВОМ

Аннотация: В данной статье автор рассматривает проблему исполнения обязательств на рынке недвижимости. Ставится вопрос о изменении этого вида правовых отношений.

Ключевые слова: обязательство, недвижимость, правоотношения.

На сегодняшний день, благодаря научно-техническому прогрессу, международному разделению труда и иным глобальным процессам, мы наблюдаем огромное количество отношений разного характера. Невозможно представить их функционирование без основных регуляторов общественной жизни. Наибольший интерес из них представляют те, которые имеют юридическую силу. Обязательное право способно регулировать не только идеологические, но и экономические отношения, связанные с производством и реализацией продукции, оказанием услуг, а также неправомерные действия в этой области.

Отношения между субъектами права, то есть участниками по поводу объекта недвижимости, реализуются на основе исполнения договорных обязательств. Развитие связей обмена усиливает многообразие и усложняет систему гражданско-правовых договорных обязательств, влечет ее все более тщательное внутреннее разделение, появление комплексных и нетипичных договорных взаимосвязей. При этом можно говорить о быстром переходе на коммерческую основу современного договорного права, усиливающимся влиянием предпринимательских обязательств на весь гражданский оборот. Проблема исполнения договорных обязательств в сфере недвижимости и будет рассмотрена в работе. Можно сказать, что этот вопрос является злободневным, ведь растущий объем потока информации о недвижимом имуществе и услуг на рынке, нуждается в правильном регулировании. Следовательно, перед государством встает проблема реализации новых принципов регулирования связей на рынке недвижимости.

Недвижимое имущество исполняет всестороннюю роль в гражданской жизни — оно представляет естественно-пространственные основы, в которых совершается все хозяйственное функционирование, является

составной частью средств любой организации, объектом сделок, равным образом может рассматриваться как независимый объект регулирования и инвестиционный актив.

Исполнение обязательства – главная цель, которую преследуют стороны, вступающие в обязательственные правоотношения. Для более точного определения понятия обязательства обратимся к ГК РФ, а именно п. 1 ст. 307:

«В силу обязательства одно лицо (должник) обязано совершить в пользу другого лица (кредитора) определенное действие: передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и т.п., либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности» [1].

Обязательства возникают из договора, вследствие причинения вреда и из иных оснований, указанных в настоящем Кодексе.

Существуют различные способы обеспечения выполнения обязательств в сфере недвижимости: задаток, ипотека, сервитут и др.

Рассмотрим внимательнее задаток, как самый распространенный вид обязательства на рынке недвижимости. Согласно ст. 380 Гражданского кодекса РФ (ГК РФ) задаток выдает одна из сторон другой в доказательство заключения и обеспечения исполнения договора. Его оплачивают в счет денежных сумм, положенные по договору получателю. Одним из обязательств фактичности такого договора — простая письменная форма. Статья 381 ГК РФ устанавливает, что, если за неисполнение договора ответственна сторона, давшая задаток, он остается у контрагента. Если же обязательства нарушил тот, кто получил данную сумму, он возвращает ее в двойном размере. В сущности, речь идет об ответственности сторон, изъясненной в денежном эквиваленте [1].

Однако не все сделки с недвижимостью подлежат регистрации, по этой причине в отдельных случаях проблем с обеспечением исполнения обязательства через задаток не возникает, так как договор считают заключенным с момента его подписания. В частности, регистрация не нужна, если объектом купли-продажи, мены или аренды является недвижимое имущество нежилого назначения (гаражи, сооружения, нежилые здания и помещения, земельные участки и т. д.). Важнейшим моментом является — не забыть зафиксировать соглашение в простой письменной форме. Кроме того, в Гражданском кодексе учтено, что сторона, ответственная за неисполнение договора, обязана возместить контрагенту убытки с зачетом суммы задатка, если только в договоре не предусмотрено иное.

Таким образом, выбор оптимального способа обеспечения обязательства очень сложен. Он зависит различных факторов. Именно здесь необходимо выбирать потребный способ выполнения обязательства в определенных ситуациях.

Использованные источники:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ [Электронный ресурс] URL:http://dogovorurist.ru/кодексы/гражданский_кодекс/подраздел_1a/, (дата обращения 04.03.2016).
2. Асаул А.Н., Иванов С.Н., Старовойтов М.К.: экономика недвижимости. Учебник для вузов. - 3-е изд., исправл. - СПб.: АНО «ИПЭВ», 2009. - 304 с.
3. Алехина Е.С., Горностаева Ж.В. Применение клиентоориентированного подхода на предприятиях сервиса. //Экономика и предпринимательство. - Москва, 2015. - № 4-1.-421-426 с.

*Подрез А.И.
студент*

*Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог*

ЧТО ТАКОЕ ЧАСТНЫЙ ДЕТСКИЙ САД, ЧЕМ ОН ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ГОСУДАРСТВЕННОГО И КАКОВЫ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЧАСТНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ В ТАГАНРОГЕ

Аннотация. В работе рассматривается и раскрывается сущность негосударственного дошкольного образовательного учреждения. Его существующая необходимость создания и развития на территории города Таганрога.

Ключевые слова: негосударственное дошкольное образование, социальная сфера, дети, частный детский сад.

На сегодняшний момент, во многих регионах Российской Федерации наблюдается острая нехватка мест в детских садах и в дошкольных образовательных учреждениях. Это все может обуславливаться тем, что Ростовская область побила рекорд по рождаемости с начала 2014 года, родилось более 52 тысяч детей. Это составило более 3.7%, чем годом ранее. А ведь это один из лучших показателей за прошедшие 25 лет. Но когда приходит время задуматься о выборе детского сада для своих карапузов, мы неизменно ищем самое лучшее и надежное место. А задаваясь вопросом : «Какой детский сад все же лучше для нашего ребенка: частный или государственный?» мы ищем помощи у знакомых или интернета.

Итак, суть частного детского сада заключается в современном образовательном учреждении, где воплощены все оптимальные и комфортные условия для получения вашим ребенком качественного и полного дошкольного образования. Развивающие и развлекательные программы и игры в частном саду составлены в соответствии с самыми новыми Федеральными государственными образовательными стандартами (ФГОС) дошкольного образования. Так же созданы условия для расширения

возможностей развития личностного и разностороннего потенциала и способностей каждого ребенка, для активного образа жизни и безопасности. Как правило, в частных дошкольных организациях групп с детьми мало и численность этих групп составляет от 7 до 12 человек, что способствует хорошему контролю со стороны нянечек. Что касается персонала, то ваш ребенок никогда не будет обделен вниманием со стороны воспитательниц, медсестры и поваров.

Чаще всего, частные детские сады хорошо финансируются, имеют множество техники и оборудования, а так же необъятное количество игрушек и предметов для развития в вашем ребенке хорошего воображения и правильного воспитания.

Частные садики отличает индивидуальный подход к каждому ребёнку: для каждого воспитанника создается персональная программа питания, с детьми постоянно общаются не только воспитатели, но и педиатры, психологи и логопеды. Образовательные процессы в таких садиках довольно обширны и сильны, поэтому большое внимание уделяется и физической подготовке детей для дальнейшей учебы. Так как группы немногочисленны, это снижает риск заболеваний и упрощает адаптацию ребёнка. Если вы почувствовали, что попали в атмосферу комфорта, ласки, добра и внимания, то и вашей малютке здесь будет уютно, безопасно и весело, а вам - спокойно. Несомненно, любому родителю будут интересны перспективы развития частных детских садов в его городе. Итак, хотелось бы рассказать о резкой нехватке садов в городе Таганроге. В нашем городе много спальных районов с множеством проживающих там молодых семей с детьми. Стоит заметить, что значительно уменьшилась за прошлый год младенческая смертность – с 9,6 до 7,9%.

Уже чаще донские семьи решают вернуться в роддом за сестричкой или братиком для своего первенца. Так, например, уже в 2014 году число вторых, третьих и последующих детей повысилось на 8,5% и составило 29 тысячи 73 ребенка. Дошкольные образовательные учреждения работают с заметной «перегрузкой», поскольку численность их воспитанников превышает число мест в них.

В данный момент, на одну дошкольную организацию в стране приходится на 21 % детей выше, чем в 2010 г. (145 воспитанников в 2013 г. против 119 в 2010 г.) и в 1,5 раза больше, чем в 1990 г. Так как ещё в 90-е годы многие детские дошкольные организации в Таганроге закрылись, а здания были переправлены в частные руки на правах аренды или попросту проданы. Например, не нужно далеко ходить: на месте детского сада на улице Ленина 214 теперь расположена риэлтерская фирма. А в здании бывшего детского сада по улице Греческой 76 на данный момент находится магазин. Этот список можно продолжать ещё довольно долго и становится понятно, что проблема нехватки детских садов в Таганроге мешает осуществлению проекта модернизации образования.

Огромным плюсом является помощь со стороны государства в открытии частных садов. Для развития негосударственного дошкольного образования в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» Правительством области был утвержден порядок определения предоставления субсидий на предоставление дошкольного образования в частных образовательных организациях (постановление Правительства области от 3 марта 2014 г. № 169).

Так как для создания частного детского сада нужны большие инвестиции, то помощь от государства способствует его открытию и развитию в дальнейшем. Таким образом, может быть оказана помощь органами власти субъектов РФ данных видов:

- Предоставления подготовки и квалификации персонала.
- Предоставления субсидий и льгот для оплаты налогов в соответствии с законодательством.
- Предоставления материальной поддержки в соответствии с законодательством юридическим лицам.

Уже с 3 мая 2015 г. был подписан закон в соответствии, с которым частные детсады освобождаются от налога на прибыль. Получение права на нулевую ставку налога на прибыль. Данная норма коснется дошкольных групп, групп продленного дня в школах и частных детских садов.

Таким образом, мы выяснили, что в Таганроге необходимы частные детские сады, что подтверждается статистикой, а так же созданы законодательные возможности для развития частных садов.

*Подрез А.И.
студент*

*Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог*

ЧТО ТАКОЕ ЧАСТНЫЙ ДЕТСКИЙ САД, ЧЕМ ОН ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ГОСУДАРСТВЕННОГО И КАКОВЫ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЧАСТНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ В ТАГАНРОГЕ

Аннотация. В работе рассматривается и раскрывается сущность негосударственного дошкольного образовательного учреждения. Его существующая необходимость создания и развития на территории города Таганрога.

Ключевые слова: негосударственное дошкольное образование,

социальная сфера, дети, частный детский сад.

На сегодняшний момент, во многих регионах Российской Федерации наблюдается острая нехватка мест в детских садах и в дошкольных образовательных учреждениях. Это все может обуславливаться тем, что Ростовская область побила рекорд по рождаемости с начала 2014 года, родилось более 52 тысяч детей. Это составило более 3.7%, чем годом ранее. А ведь это один из лучших показателей за прошедшие 25 лет. Но когда приходит время задуматься о выборе детского сада для своих карапузов, мы неизменно ищем самое лучшее и надежное место. А задаваясь вопросом : «Какой детский сад все же лучше для нашего ребенка: частный или государственный?» мы ищем помощи у знакомых или интернета.

Итак, суть частного детского сада заключается в современном образовательном учреждении, где воплощены все оптимальные и комфортные условия для получения вашим ребенком качественного и полного дошкольного образования. Развивающие и развлекательные программы и игры в частном саду составлены в соответствии с самыми новыми Федеральными государственными образовательными стандартами (ФГОС) дошкольного образования. Так же созданы условия для расширения возможностей развития личностного и разностороннего потенциала и способностей каждого ребенка, для активного образа жизни и безопасности. Как правило, в частных дошкольных организациях групп с детьми мало и численность этих групп составляет от 7 до 12 человек, что способствует хорошему контролю со стороны нянечек. Что касается персонала, то ваш ребенок никогда не будет обделен вниманием со стороны воспитательниц, медсестры и поваров.

Чаще всего, частные детские сады хорошо спонсируются, имеют множество техники и оборудования, а так же необъятное количество игрушек и предметов для развития в вашем ребенке хорошего воображения и правильного воспитания.

Частные садики отличает индивидуальный подход к каждому ребёнку: для каждого воспитанника создается персональная программа питания, с детьми постоянно общаются не только воспитатели, но и педиатры, психологи и логопеды. Образовательные процессы в таких садиках довольно обширны и сильны, поэтому большое внимание уделяется и физической подготовке детей для дальнейшей учебы. Так как группы немногочисленны, это снижает риск заболеваний и упрощает адаптацию ребёнка. Если вы почувствовали, что попали в атмосферу комфорта, ласки, добра и внимания, то и вашей малютке здесь будет уютно, безопасно и весело, а вам - спокойно. Несомненно, любому родителю будут интересны перспективы развития частных детских садов в его городе. Итак, хотелось бы рассказать о резкой нехватке садов в городе Таганроге. В нашем городе много спальных районов с множеством проживающих там молодых семей с детьми. Стоит заметить,

что значительно уменьшилась за прошлый год младенческая смертность – с 9,6 до 7,9%.

Уже чаще донские семьи решают вернуться в роддом за сестричкой или братиком для своего первенца. Так, например, уже в 2014 году число вторых, третьих и последующих детей повысилось на 8,5% и составило 29 тысячи 73 ребенка. Дошкольные образовательные учреждения работают с заметной «перегрузкой», поскольку численность их воспитанников превышает число мест в них.

В данный момент, на одну дошкольную организацию в стране приходится на 21 % детей выше, чем в 2010 г. (145 воспитанников в 2013 г. против 119 в 2010 г.) и в 1,5 раза больше, чем в 1990 г. Так как ещё в 90-е годы многие детские дошкольные организации в Таганроге закрылись, а здания были переправлены в частные руки на правах аренды или попросту проданы. Например, не нужно далеко ходить: на месте детского сада на улице Ленина 214 теперь расположена риэлтерская фирма. А в здании бывшего детского сада по улице Греческой 76 на данный момент находится магазин. Этот список можно продолжать ещё довольно долго и становится понятно, что проблема нехватки детских садов в Таганроге мешает осуществлению проекта модернизации образования.

Огромным плюсом является помощь со стороны государства в открытии частных садов. Для развития негосударственного дошкольного образования в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» Правительством области был утвержден порядок определения предоставления субсидий на предоставление дошкольного образования в частных образовательных организациях (постановление Правительства области от 3 марта 2014 г. № 169).

Так как для создания частного детского сада нужны большие инвестиции, то помощь от государства способствует его открытию и развитию в дальнейшем. Таким образом, может быть оказана помощь органами власти субъектов РФ данных видов:

- Предоставления подготовки и квалификации персонала.
- Предоставления субсидий и льгот для оплаты налогов в соответствии с законодательством.
- Предоставления материальной поддержки в соответствии с законодательством юридическим лицам.

Уже с 3 мая 2015 г. был подписан закон в соответствии, с которым частные детсады освобождаются от налога на прибыль. Получение права на нулевую ставку налога на прибыль. Данная норма коснется дошкольных групп, групп продленного дня в школах и частных детских садов.

Таким образом, мы выяснили, что в Таганроге необходимы частные детские сады, что подтверждается статистикой, а так же созданы законодательные возможности для развития частных садов.

*Приходько А.Г.
студент
Бурякова О.С., к.ф.н.
доцент*

кафедра «Информатика»

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
Донской государственной технической университет*

Россия, г. Шахты

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Аннотация: Современный период в развитии общества связывают с понятием информационного общества. Техническое использование электричества в области коммуникации создало в прошлом столетии много новых форм общения. Последнюю стадию можно определить как дигитализацию путей передачи информации, и интернет в этом процессе играет основную роль. С появлением глобальной сети возникает не только новое информационное средство, но и начало интеграционного процесса прежде отдельных областей и систем массовой информации.

Ключевые слова: компьютеризированная коммуникация интернет, коммуникация, социальная сеть.

Современный период в развитии общества связывают с понятием информационного общества. Разными техническими новинками характеризуют область коммуникации в информационном обществе.

До сих пор доминировал традиционный способ общения, которому было свойственно передавать информацию «из уст в уста». Вербальный способ общения являлся главным и приоритетным способом передачи информации. Такое общение представлялось взаимодействием людей, воздействующих друг на друга и их ответные реакции. Коммуникативная составляющая при этом выступала в качестве «орудия» для выражения мыслей и чувств людей.

Техническое использование электричества в области коммуникации создало в прошлом столетии много новых форм общения. Последнюю стадию можно определить как дигитализацию путей передачи информации, и интернет в этом процессе играет основную роль. С появлением глобальной сети возникает не только новое информационное средство, но и начало интеграционного процесса прежде отдельных областей и систем массовой информации.

Компьютеризированная коммуникация ведет к драматическому сокращению барьеров естественной информации о человеке. При этом информация производится вне технической сети, но коммуникации все больше осуществляются посредством сети и становятся зависимыми от неё в

своём действии.

Изменения, связанные с компьютеризацией и широким использованием информационных технологий свели к нулю ещё существовавшие временные и пространственные барьеры коммуникации. Кроме того, новые возможности переработки информации, её хранения и распространения естественным образом влияют на осуществление общения в пределах всего мирового пространства. При этом раньше это не представлялось возможным в классических вариантах общения. С развитием разумных диалоговых систем коммуникация становится интерактивной. Именно эти представленные факты стали основополагающими в развитии социальных сетей.

Общение без территориальных границ и барьеров, мгновенный обмен сообщениями, возможность «дарить» людям свои мысли, дало основания заявить о себе как о личности с активным поиском своего места в обществе и сферы интересов. Люди отдали свое предпочтение общению в социальных сетях, перестав ценить все достоинства личных встреч.

Свое историческое начало социальные сети начали в 1995 году с американского портала Classmates.com. Проект оказался весьма удачным, что в следующие несколько лет повлекло за собой появление не одного десятка похожих сервисов. Если изначально социальные сети представляли собой хитрое сплетение человеческих взаимоотношений, связывающие не столько человеческие личности, сколько позиции – сплетение идей, правил, действий и интересов, пронизывающие, как социальные, экономические и политические пространства, которые позволяли эффективно достичь общую цель. На сегодняшний день социальная сеть – это, в первую очередь, инструмент для общения on-line, который предлагает интернет [1].

Разнообразие социальных сетей востребованных на сегодняшний день удивляет, но направленность сводится к одному-двум фактам: общение в диалоговом режиме, публикация фото, видео и музыкальных предпочтений.

Специалист по социальным медиа, Д. Соловьев, определяет следующим образом востребованность социальных сетей: «Для кого-то это бегство от одиночества, бег в поверхностное общение в социальной сети. Подобное, можно сравнить с булимией социального общения. Для другого это ревность. Люди хотят знать о близком человеке все, хотят охватить его полностью. А, возможно, это всего лишь обычная привычка, зависимость».

Действительно, сетевое общение позволяет пользователю находиться в своём виртуальном мире, где он представлен таким, какой он нравится сам себе и где он никому ничего не должен. Ощущение, что вокруг все тебя понимают, радуются твоим успехам или страдают твоим проблемам – льстит каждому. Единственное, на что стоит обратить внимание, так это на факт правдивости, а это, по мнению автора, важнее. Кроме того, поверхностное общение в сети не даёт узнать разнообразие и прелесть окружающего нас мира вне виртуального пространства

По мнению многих экспертов, которые занимаются проблемой зависимости, фактором, влекущим в просторы сети являются наши эмоции. Каждый раз, читая доброжелательный комментарий, положительный отзыв, смс от приятного тебе человека, в нашем мозгу раздражаются центры удовольствия. Особенно сильно этот процесс оказывает влияние на молодое поколение, именно эта аудитория имеет непосредственный доступ к сети интернет. Социальные сети стали в современных условиях мощными инструментом влияния на молодое поколение. Причем это влияние всё чаще преследует корыстные цели.

Такие классические институты социализации как семья, школа, культура отошли на второй план. Иллюзорный, виртуальный мир становится все более притягательным для молодых людей. Он не только предоставляет возможность рассказать о своих чувствах, переживаниях, но и предоставляет возможность доступа к личной информации других людей. Погружаясь в него, они даже не задумываются о том, что есть вероятность формирования «зависимости от виртуальности». Убегая от реальных проблем в виртуальный мир, молодые люди, не осознавая это, начинают воспринимать его как часть реального.

«Молодежь стала удовлетворять свою потребность в общении путем использования социальных сетей. Она стала пренебрегать прогулками на улице, походами в общественные развлекательные места и визитами в гости к друзьям, заменив все это на виртуальную «жизнь» внутри социальных сетей. Фотографироваться начали не ради того, чтобы сохранить приятный момент в жизни, а ради того чтобы выложить эти фотографии в социальную сеть и увидеть под ними несколько положительных комментариев, получив от этого очередную порцию удовлетворения» [2].

«Сетевые» особенности общения стали влиять на реальное поведение и жизнь человека. Теперь настроение реального человека может определяться «вымышленной» оценкой или комментарием фотографии. Все эти факты раньше казались бы нелепыми и нереальными, а сегодня это определяет современного «героя» нашего времени.

Электронные сообщества, образованные с той или иной целью, становятся управляемыми принципами этого сообщества. На сегодняшний день в число целей всё чаще входят провокационные вопросы стабильности порядка и противоправных действий.

Таким образом, интернет и социальные сети определяют общество, социальная структура которого выстраивается в непосредственной связи с информационными сетями и структурированными в интернете информационными технологиями. Интернет при этом выступает в роли средства коммуникации, представляющий организационную форму нашего общества. Новая социально-техническая парадигма, диктуемая развитием глобальной сети образует материальный базис нашей жизни и нашей системы социальных взаимосвязей, коммуникаций.

Использованные источники:

1. Студия MiolaWeb История возникновения и развития социальных сетей / Студия MiolaWeb / Интернет - маркетинг/. – 2014. URL: <http://miolaweb.ru/biznes-uroki/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-socialnyx-setej/> (дата обращения: 12.03.2016)
2. Морозов Е., Хомутова Ю., Кузнецова В. Ф. Влияние Интернета и социальных сетей на молодежь URL: http://arbir.ru/articles/a_3276.htm (дата обращения: 23.03.2016)

*Рязанцева И.С.
студент 3 курса
Кашинцев К.С.
магистрант 2 курса
Кушнарёва И.В., к.э.н.
доцент*

*Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: В данной статье рассмотрен вопрос конкурентных преимуществ предприятий сервиса в Ростовской области. Проанализированы факторы, влияющие на конкуренцию предприятий сервиса.

Ключевые слова: Конкурентные преимущества, сфера услуг, предприятие, спрос, потребитель, конкуренция, Ростовская область.

Конкурентные преимущества в наше время являются своеобразным «продуктом» системы управления рыночными возможностями компании. Рыночных возможностей не существует без конкурентных преимуществ компаний, так же, как не существует компании без потребности в предоставляемых ею услугах. Так как они защищают компанию от воздействий конкурентных сил и делают ее узнаваемой на рынке [1].

Понятие конкурентное преимущество можно представить как систему, обладающую особенной ценностью, которая делает ее сильнее перед конкурентами в сфере услуг, дает возможность эффективнее распоряжаться существующими ресурсами.

Так же под конкурентным преимуществом понимаются характеристики, свойств товара или услуг, создающих для компании существенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Данные характеристики бывают разными и относятся как к предоставляемой услуге, так и к дополняющим ее услугам.

Выделяют еще понятие «устойчивое конкурентное преимущество»,

представляющее долгосрочную выгоду от осуществления какой – либо уникальной стратегии, целью которой является создание ценностей, не применяющихся и не существующих на данный момент времени прямыми конкурентами.

Основная задача фирмы сферы услуг состоит в том, чтобы занять более выгодную позицию перед конкретными конкурентами, находящимися с ней на одном рынке. Поэтому все результаты предоставляемых услуг обязательно должны быть сопоставлены с результатами прямых конкурентов данной фирмы [2]. Например, для того чтобы дать оценку того, насколько качественно предоставлена услуга, необходимо знать такой же показатель, что и у конкурентов. Чтобы изучить уровень качественного обслуживания у конкурентов, можно проанализировать уровень спроса на их услуги потребителями.

Конкурентное преимущество компании не всегда четко отслеживается. На практике отличия между фирмой и ее конкурентами, которые выбираются для оценки преимуществ или недостатков, могут быть субъективными в зависимости от того, чему руководство придает большее значение — внутрифирменным факторам, клиентам или конкурентам.

Факторы, определяющие конкурентные преимущества компании как сложной, многофункциональной, открытой, иерархической социально-экономической системы, многочисленны и разнообразны по источникам и характеру своего проявления [3].

Конкурентные преимущества обязательно должны находить реальное воплощение в товаре, цене, качестве обслуживания, низких издержках и других показателях деятельности компании и восприниматься потребителем. Т.е. они должны измеряться, оцениваться экономическими показателями: рентабельностью, занимаемой зоной рынка, объемом продаж и др. Нереализованные в конкурентной борьбе преимущества не являются преимуществами как таковыми, поскольку не воплотились в новые результаты деятельности, не привели к новому состоянию компании [4].

В бизнес системе ведется не только конкурентная борьба, но имеется тесная взаимосвязь и взаимозависимость компаний. Поэтому наряду со стратегиями создания односторонних преимуществ должны разрабатываться стратегии развития всей бизнес системы, в которых выгоду получают все или многие входящие в нее компании. Например, в Ростовской области 54 автошколы, конкурирующие на рынке услуг, но в хозяйственных операциях они должны сотрудничать, поскольку им иногда приходится занимать один автодром, его арендовать двум автошколам дешевле, чем два разных модели, это выгоднее [5].

Ростовскую Область называют воротами Черного моря, стран Средиземноморского и Каспийского бассейнов. Ростов-на-Дону является одним из крупнейших пунктов транспортной инфраструктуры России и СНГ. Областная транспортная инфраструктура является частью

международного транспортного коридора «Критский №№ 7 и 9» и трансконтинентальной магистрали «Север-Юг». Так как Ростовская область занимает выгодное географическое расположение, то можно говорить о высокой концентрации здесь компаний сферы услуг. В Ростовской области хорошо развита транспортная инфраструктура. Здесь находится 5 торговых портов: Ростовский, Азовский и Таганрогский международные морские порты, Волгодонской и Усть-Донецкий речные порты обеспечивают доступ к Черному, Азовскому, Балтийскому, Белому и Каспийскому морям. В области работают более 40 судоходных компаний, а также целый ряд судоремонтных и транспортных предприятий. Это значит, что компании данной отрасли особенно конкурируют между собой, особенно те, которые заняты предоставлением услуг пассажирских перевозок и судов с грузом.

В данном регионе большое количество высококвалифицированных и активных работников, это так же влияет на конкуренцию внутри фирм по производству услуг. Развитая сеть образовательных и научных учреждений и наличие высокотехнологических производств обеспечивают высокий уровень развития человеческих ресурсов. Население области имеет высокий образовательный уровень. Количество образовательных учреждений в регионе составляет 1147 единиц. Так же на данный момент динамично развивается инфраструктура финансовых и страховых институтов. Большую роль играет высокий потребительский спрос практически на все виды обслуживания.

В области хорошо развиты телекоммуникационные службы и связь формата ISDN, имеется целый ряд компаний, предоставляющих услуги сотовой связи: ОАО «МТС», «Мобиком-Кавказ», «Вымпелком», «Теле-2», повсеместный доступ в Интернет.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что в Ростовской области компании постепенно выходят на новый уровень, качество услуг растет, в зависимости от количества конкурирующих предприятий.

Использованные источники:

1. Алехина Е.С. расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг. Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
2. Агеева А.Э., Горностаева Ж.В. информационная инфраструктура государственного и муниципального управления В сборнике: кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, в 2-х томах. Ответственный редактор Горохов А.А.. Курск, 2015. С. 19-21.
3. Дуванская Е.В., Лемешенко Е.В., Лемешко М.А., Горностаева Ж.В., Кузнецов А.А. влияние информационного сервиса на деятельность торговых

организаций Экономика и социум. 2014. № 1-3 (10). С. 82-85.

4. Свинаярева Ю.А., Горностаева Ж.В., Сорокина Ю.В., Лунченкова Н.В. эффективная работа с рекламациями как инструмент создания потребительской привлекательности предприятия сферы сервиса Теория и практика современной науки. 2015. № 2 (2). С. 205-208.

5. Gornostaeva Z.V.the improvement of the technology of the service processes for the development of barrier-free Russian market of services Life Science Journal. 2014. T. 11. № 11s. С. 412-416.

Свинарева Ю.А.

студент 3 курса

Сорокина Ю.В.

научный руководитель, ассистент

кафедра «Сервис»

Институт сферы обслуживания

и предпринимательства (филиал) ДГТУ

Россия, г. Шахты

ЗНАЧЕНИЕ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА

Аннотация: В данной статье рассматривается тенденция развития сферы сервиса в современном обществе, а также роль экономики впечатлений в деятельности предприятий сферы обслуживания. Проанализированы отличительные особенности каждой области экономики впечатлений. В статье выявлены основные преимущества использования инструментов экономики впечатлений в деятельности заведений сферы сервиса.

Ключевые слова: Сфера сервиса, клиент, экономика впечатлений, конкурентоспособность.

Сфера сервиса – одна из отраслей экономики, которая имеет свои специфические особенности и закономерности. В современном мире данная сфера набирает огромные темпы развития, растет число предприятий с различным уровнем обслуживания и степенью качества предоставляемых услуг. В настоящее время достаточно сложно сосчитать точное количество предприятий сервиса. Стремительно открываются новые заведения и закрываются убыточные. Происходит постоянная модернизация технического оборудования, разрабатываются новые технологии оказания услуг, а так же расширяется сам диапазон предприятий сферы сервиса.

Помимо различных новшеств и усовершенствования технической стороны данных заведения, многие предприниматели понимают, что огромную роль играют высокая квалификация всего персонала, их моральные и этические качества, применяемые в обслуживании клиентов, хорошее качество предлагаемых услуг, приемлемый уровень цен. Но и этого

в современном обществе не достаточно.

В условиях жесткой конкуренции для того, чтобы сохранить свои позиции в определенном рыночном сегменте и повысить эффективность деятельности организации, предприятиям сферы сервиса необходимо разрабатывать комплекс мер, способствующих увеличению конкурентоспособности заведения. Обычно руководством организаций осуществляется ряд мероприятий по снижению затрат в целях осуществления ценовой конкуренции, но это до тех пор, пока конкурирующие компании не предложат более выгодные предложения. Данный вид конкуренции не является единственным выходом из ситуации, сложившейся в рыночной экономике. Используются и такие способы повышения конкурентоспособности организаций сферы обслуживания, как внедрение в деятельность предприятий достижений НТР, становление на путь индивидуального развития и многие другие [1].

Стоит отметить, что клиенты становятся все более притязательными. Поэтому привлечь потенциальных потребителей и удержать постоянных клиентов – задача заведомо нетривиальная. Для увеличения конкурентоспособности предприятия сферы обслуживания предпринимателю важно ориентировать деятельность организации на нераспространенные виды экономических предложений. В современном обществе таким малоизвестным, но эффективным инструментом в деятельности предприятий сферы сервиса является экономика впечатлений. Отделение впечатлений от услуг в деятельности компании открывает перед ней невероятные возможности для экономического роста. Предприниматели, которые осознают происходящий переход к новому виду экономики и эффективно реагируют на него, будет легче противостоять вынужденному снижению цен и создавать качественно новую потребительскую ценность. Когда клиенты платят за услугу, они получают ряд определенных действий в зависимости специфики предприятия сервиса. Но когда потребитель, покупая услугу, получает еще и впечатления, он платит за собственные эмоции и ощущения [2].

Существует четыре области впечатлений, которые можно эффективно использовать для сохранения занятых позиций предприятия сервиса в занятом сегменте или для расширения своего присутствия на рынке и привлечения потенциальных потребителей услуг с целью увеличения конкурентоспособности заведения. Рассмотрим более подробно каждую область экономики впечатлений (рис. 1):



Рисунок 1 – Классификация областей экономики впечатлений

1. Развлечения – наиболее распространенный способ доставить клиенту положительные эмоции. К данной области экономики впечатлений можно отнести деятельность на предприятиях сервиса клоунов, певцов, музыкантов, танцоров и многих других.

2. Уход от реальности характеризуется тем, что потребитель полностью погружается в собственные эмоции и ощущения. Примером вышеуказанной области экономики впечатлений является посещение тематических заведений общепита или парков, игры в «шлемах виртуальной реальности» и др.

3. Эстетические впечатления связаны с тем, что клиент, посещая заведение сервиса, может наблюдать различные природные явления. Например, гостиница «Four Seasons Safari Lodge Serengeti», расположенная посреди африканской саванны, доставляет посетителям только своим экзотическим расположением массу незабываемых впечатлений.

4. Область обучения требует не только пассивного, но и активного участия клиента. Для того чтобы действительно передать человеку какие-то знания или привить умения, обучение должно вовлекать в процесс его ум или тело. Клиенты данных заведения сферы сервиса могут, например, играть в разнообразные игры, проходить квесты на различную тематику и т.д.

Деятельность любого заведения сферы обслуживания можно организовать так, чтобы клиенты могли погрузиться в особую тематическую обстановку и получить впечатления, т. е. предприятие предоставляет потребителю не только товары и услуги, но и связанные с ними эмоции, которые вызывают у него широкую гамму чувств. Количество клиентов в таких заведениях существенно увеличивается, что, соответственно, отражается на качественных и количественных показателях деятельности предприятий сферы сервиса.

Таким образом, можно прийти к выводу, что сфера сервиса активно развивается с каждым годом. Для того, чтобы предприятие успешно функционировало, необходимо внедрять инновации и нововведения НТР и

полностью ориентировать его деятельность на удовлетворение потребностей клиентов. Одним из малоизвестных, но эффективных экономических предложений в современном обществе является использование в деятельности организации сферы обслуживания возможностей экономики впечатлений. Грамотное и умелое применение инструментов данной экономики позволит предприятию сферы сервиса увеличить число конкурентных преимуществ, что немаловажно в условиях растущей жесткой конкуренции.

Использованные источники:

1. Горностаева Ж.В., Сорокина Ю.В., Свинаярева Ю.А. и др. Основы формирования новых услуг в сервисе // Основы формирования новых услуг в сервисе / Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития (экономика регионов) : монография/[Е.С. Алехина, В.В. Баклакова, Н.В. Береза и др.]; под общей ред. проф. В.А. Катунина. - книга 36.- Воронеж: ВГПУ; Москва: Наука: информ, 2015. -273 с.
2. Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена // Издательство «Вильямс»; М.; 2005

*Склизкова Ю.С.
студент 3 курса
Пахомова А.И., к.э.н.
доцент
кафедра «Сервис»
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

СЕРВИСНЫЕ ИННОВАЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Аннотация: Статья посвящена выявлению возможностей развития экономики и повышения благосостояния населения России в современных экономических условиях на базе инновационных преобразований сферы услуг. Представлено авторское видение видового состава и сущности сервисных инноваций. Рассмотрены направления развития инновационной деятельности системы сервиса.

Ключевые слова: виды инноваций в сфере услуг, инновации в сфере услуг, качество жизни населения, направления развития сферы услуг, сервисные инновации

В современном мире инновации являются незаменимым компонентом функционирования и поступательного развития экономики, без инновационной составляющей невозможно добиться улучшения производственной и непроизводственной сфер хозяйства. В XXI веке разработка и внедрение инновационных технологий в сферах производства и

обращения, новых методов организации и управления предприятиями стали ключевыми факторами рыночной конкуренции, мощным средством повышения эффективности деятельности и улучшения качества товаров и оказания услуг [1].

Роль сферы услуг в современной экономике обусловлена тем, что в этом секторе формируются основополагающие факторы экономического роста, а именно: новое научное знание, интеллектуальный капитал, информационные технологии, услуги финансового сектора, консалтинг и др.

Из этого следует, что актуальными становятся масштабные научно-технические, качественные и структурные изменения в отраслях сферы услуг, имеющие важнейшее значение для дальнейшего развития экономики и повышения качества жизни населения

В качестве инновации (новшества, нововведения) в сфере услуг выступает результат инновационной деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и др.), который способен более эффективно удовлетворять общественные потребности.

Различают базисные нововведения, т.е. те новшества в организации сервиса и обслуживании клиентов, которые заметным образом преобразуют всю организацию сервисной деятельности. Кроме этого имеются частичные инновации, усовершенствующие некоторые звенья и аспекты процесса обслуживания. Те и другие характеризуются тем, что они совершенствуют разные стороны сервисной деятельности, сокращают время оказания услуг, создают удобства для потребителей.

Выделим основные типы инноваций в производстве услуг:

1. технические, связанные с внедрением новых видов техники, приспособлений, инструментов, а также технико-технологических приемов труда в обслуживании. Наиболее заметная тенденция в современной сфере услуг связана с внедрением компьютерной техники, распространением информационно-технологических новшеств, облегчающих работу с клиентами и в целом весь процесс сервисного производства;

2. организационно-технологические, связанные с новыми видами услуг, более эффективными формами обслуживания и организационными нормами труда;

3. управленческие, ориентированные на совершенствование внутренних и внешних связей организации, использующие методы и формы менеджмента;

4. комплексные, охватывающие одновременно разные аспекты и стороны сервисной деятельности.

Необходимость внедрения инноваций стимулирует конкурентная борьба и целый ряд других требований рынка. Важность их использования также обуславливается меняющимися потребительскими запросами и

требованиями потребителей. В целом обновление деятельности конкретного предприятия или фирмы помогает коллективу разрешать разного рода противоречия, с которыми он сталкивается в своей деятельности.

Инновационный процесс зарождается на этапе разработки новой идеи активным предпринимателем или работником сферы услуг. Далее эта идея углубляется и конкретизируется в ходе создания внедренческого проекта. Вслед за этим инновационный процесс продолжается в деятельности по внедрению нововведения, а также в ходе его распространения в сервисной практике.

Внедрение и диффузия инновации приобретает объективные закономерности на всех этапах своего действия. Так, специалисты считают, что этот процесс носит вероятностный характер. Другими словами, нельзя заранее с полной уверенностью утверждать, что станет с новшеством, приживется ли оно в данном коллективе или городе. Вместе с тем, не закрепившись в одном месте, оно может внедриться в другом. Чем более характер новшества приближается к базовому, тем более неопределенным становится результат внедрения. Поэтому сложные нововведения трудно планировать. Небольшие усовершенствования, уже апробированные на тех или иных фирмах, внедряются легче, сравнительно проще прогнозировать их внедрение. Кроме того, новшества могут вызывать конфликт интересов как внутри коллектива, так и во взаимодействии с партнерами, потребителями.

Все это заставляет обращать особое внимание на процесс внедрения. На многих предприятиях сервиса имеются инновационные менеджеры, т.е. специалисты, профессионально занимающиеся управленческой деятельностью по внедрению инноваций в работу фирмы. Но в целом эффективное инновационное внедрение позволяет предприятию повысить прибыльность процесса оказания услуг, укрепить Деловой имидж, стабилизировать свое положение на рынке в целом.

Как правило, инновационный процесс охватывает разные стороны производственной, организационно-технологической, маркетинговой и управленческой деятельности, независимо от того, как внедрение обозначают сами менеджеры и в каких структурных подразделениях они его отрабатывают. К инновационным процессам, помимо менеджеров, специалистов по маркетингу, напрямую оказываются причастны рядовые работники, весь персонал сервисного предприятия, фирмы. В этом случае процесс внедрения направлен вертикально сверху вниз. Если нововведение внедряется успешно, то в эту вертикаль начинают интегрироваться и потребители. В таком случае нововведение приобретает возможность распространяться вширь: успех нововведения позволяет фирме увеличить объем продаж, расширить число клиентов и одновременно вызывает желание у конкурентов повторить ее успех.

За прошедшее десятилетие в российской сфере услуг осуществилась замена всего организационно-экономического механизма, на основе

которого разворачивается сервисная деятельность. На первом этапе разгосударствления сферы услуг разного рода новшества сначала появлялись в сервисе крупных городов - Москве, Санкт-Петербурге, а также некоторых областных центров. Мощные импульсы внедрения новых форм работы, расширения эффективных видов обслуживания стимулировались как изнутри корпоративной сервисной среды, так и со стороны потребителей.

Немалое воздействие на инновационные процессы оказали также иностранные фирмы, которые стали проникать в нашу страну. Многие для отечественной сферы услуг базовыми, т.е. требовавшими позволяли усовершенствовать лишь отдельные формы или звенья обслуживания.

Использованные источники:

1. Алабугин А.А. Совершенствование методологии управления развитием предприятий сферы услуг // Вестник Южно-Уральского государственного университета. –Серия: Экономика и менеджмент. – № 41 (258). – 2011. – С. 99–105.
2. Дегтерева В.А. Стратегические приоритеты развития сферы услуг в процессе повышения качества жизни населения Российской Федерации: автореферат дис. ... доктора экон. наук. – СПб, 2010. – 39 с.
3. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика: Монография / Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О. – Издательство "Академия Естествознания", 2011. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/112>.
4. Войнов Б.Г., Буряков С.А. Основные ошибки управленцев / Б.Г. Войнов, С.А. Буряков // АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА сборник статей 4-ой Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. 2014. С. 231-234.
5. Алехина, Е.С., Горностаева, Ж.В. Применение клиентоориентированного подхода на предприятиях сервиса // Экономика и предпринимательство. - 2014. - №4 ч.1 (45-1). - С. 421-427.

*Сорокина Ю.В.
ассистент*

кафедра «Сервис»
аспирант
Баклакова В.В.
студент
Свинарева Ю.А.
студент

Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты

ВЛИЯНИЕ ЮЗАБИЛИТИ САЙТОВ НА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ ФИРМЫ

Аннотация

Данная статья посвящена проблемам сохранения конкурентоспособности фирм на рынке услуг с помощью использования сайтов. В работе говорится о том, что поддержание эффективности сайта посредством оценки юзабилити способствует продвижению его услуг и привлечению новых клиентов.

Ключевые слова: юзабилити, конкурентоспособность предприятий сервиса, сфера услуг, информационный сервис.

Annotation

This article deals with the problems of preserving the competitiveness of firms in the market through the use of websites. The paper said that the maintenance of website performance by evaluating the usability promotes its services and attract new customers.

Keywords: usability, competitive service enterprises, services, information services.

В наше время многие предприятия функционируют в условиях жесткой конкуренции. Вследствие этого, одной из основных тем современной экономики является проблема конкуренции, в данном случае качество конкурентоспособности услуг. Актуальность данной проблемы вызывает необходимость для большинства предприятий искать пути повышения их конкурентоспособности.

Информационный сервис – современное, необходимое звено успешной деятельности высокорентабельного предприятия, позволяющее повышать качество услуг фирмы. Важную роль в этом процессе играет глобальная сеть Интернет, которая являясь интерактивным средством массовой коммуникации, активно используется в деятельности. Одним из наиболее эффективных средств продвижения услуг посредством применения инструментов информационного сервиса на предпродажном этапе является создание сайта. Наличие у компании сайта – это поддержка имиджа фирмы. Это говорит о том, что компания использует все достижения технического прогресса. Фирма без сайта всегда имеет меньший вес в глазах

потенциального клиента, и эта тенденция неуклонно растет. Сайт является визитной карточкой предприятия, предоставляя потенциальному клиенту всю необходимую информацию для контактов, а также он дает возможность заявить о себе, рассказать о деятельности компании, ее конкурентных преимуществах, ее товарах, услугах, условиях сотрудничества и др., а самое главное, что с помощью сайта компания может привлечь новых клиентов и поддерживать уже существующих.

Термин "usability" принято употреблять в качестве синонима к понятию "эргономичность", "удобство использования". Это означает что, открыв веб-страницу, потребитель должен увидеть наглядное и понятное меню, простую и четкую структуру, интересный и качественный контент и т.д., а не сложно воспринимаемый интерфейс. Способность сайта приносить реальную пользу своим посетителям – основной критерий оценки сайта. Огромное количество посещений, грамотная реклама, высокая степень поисковой оптимизации – все это не принесет желаемого результата, если сайт отвергается его посетителями. Юзабилити сайта – полезность сайта, выраженная в удовлетворенности пользователей. Существует 2 вида юзабилити сайта, показанные на рисунок.

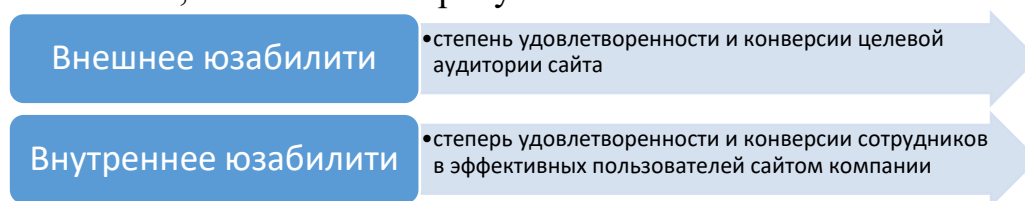


Рисунок – Виды юзабилити сайта [2]

Для того, чтобы провести анализ сайта нужно оценить в первую очередь его целевую аудиторию. Также оценка напрямую зависит от текущего состояния сайта: дизайн, структура, наполнение, быстродействие, степень поисковой оптимизации.

Чтобы сайтом было удобно пользоваться, следует обратить внимание на несколько важных моментов. Прежде всего, у сайта должна быть логичная структура, понятная система навигации и интерфейс. Основное место на сайте нужно уделить той информации, ради которой он был создан. Реклама не должна мешать воспринимать содержание сайта, её роль – дополнять основной контент, а не закрывать основную часть сайта или систему его навигации. Наличие всплывающих окон возможно в том случае, если посетитель имеет возможность их закрыть без каких-либо усилий.

Как правило, сайты, где все элементы находятся в беспорядочном положении, посетителей не привлекают. Не сумев сразу разобраться в структуре и навигации сайта, пользователи покидают его, не желая тратить свое время на неудобный и непонятный веб-ресурс.

Согласно данным статистики, около половины потенциальных покупателей отказываются от сотрудничества с интернет-магазинами только потому, что не могут быстро найти интересующий их товар или

информацию. Дело в том, что среднестатистический пользователь тратит на изучение новой веб-страницы всего 27 секунд, если в течение этого времени он не находит необходимой информации, он покидает ресурс и принимает решение больше на него не возвращаться. По причине того, что современный человек не хочет тратить время на медленную загрузку и сложный дизайн, юзабилити сайта должно быть таким, чтобы сразу после беглого просмотра посетитель понял, что именно здесь он найдет то, что ему нужно, принял решение остаться на сайте и начал действовать [1].

Наполнение сайта контентом и его постоянное обновление делает его более заметным для поисковых роботов. Поэтому такая деятельность должна быть полезна тем фирмам, которые рассматривают свой сайт как один из каналов привлечения клиентов. Например, потенциальные клиенты ищут в Интернете ответ на определенный вопрос и находят на сайте фирмы связанную с ним аналитику (не обязательно готовый ответ). Они видят контакты авторов или общие контакты фирмы и связываются с ней, чтобы получить более подробную консультацию.

На примере сайта юридической фирмы мы наблюдаем регулярное размещение информации, которое показывает, что ее юристы ведут аналитическую работу, позволяющую им поддерживать свою квалификацию. Такие фирмы должны вызывать больше доверия при принятии решения, сотрудничать ли с ними. Также материалы на сайте могут рассказывать о проблеме, которую клиент еще не знает. Например, о выходе нового закона, в связи с которым надо предпринять определенные действия. Или поменялась судебная практика, что также может внезапно потребовать пересмотра договоров или внутренних процедур в компании. Важно учитывать, что потенциальные читатели текстов на сайте юридической фирмы не только юристы, но и пользователи, не имеющие юридического образования. Поэтому писать их надо так, чтобы легко было читать и понимать основную идею текста.

Владелец любого веб-ресурса, а в особенности коммерческого (созданного для получения прибыли), желающий, чтобы его сайт имел не только хорошую посещаемость, но и высокий уровень конверсии, должен осознавать важность такой составляющей успеха как юзабилити сайта. Стоимость услуг по оценке юзабилити варьируется от 3 500 до 60 000 рублей, в зависимости от сложности работы и желаемых результатов.

Анализ юзабилити полезен, если сайт используется для представления товаров или услуг компании. Качественная работа интернет-ресурса укрепляет лояльность посетителей. Но еще более анализ юзабилити важен, если сайт используется непосредственно для принятия заказов. В этом случае удобство работы с ресурсом напрямую влияет на количество заявок. Экспертами высказывается предположение о том, что улучшение сайта по итогам анализа юзабилити сайта и его корректировки с учетом выявленных недостатков, увеличит дополнительный ежемесячный доход примерно на 35-

40%.

Средства, потраченные на создание высококлассного, грамотного интернет ресурса обязательно вернутся к своему владельцу и принесут желаемую прибыль. Таким образом, такое удобство пользованием сайта повысит качество обслуживания фирмы и тем самым повысит конкурентоспособность на рынке услуг.

Использованные источники:

1. Сорокина Ю.В., Баклакова В.В. Оценка эффективности государственных сайтов ведущих вузов ростовской области // ScienceTime. 2014. №9 (9). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-gosudarstvennyh-saytov-veduschih-vuzov-rostovskoy-oblasti> (дата обращения: 27.10.2015).
2. Коршунов Д.В. Оценка usability. [электронный ресурс] URL: <http://www.intelrussia.ru> (доступ – свободный, дата обращения 27.10.15)

Сорокина Ю.В., к.э.н.

доцент

кафедра «Сервис»

Хромушина В.Н.

студент 3 курса

Институт сферы обслуживания

и предпринимательства (филиал) ДГТУ

Россия, г. Шахты

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ И УРОВНЯ СЕРВИСА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Аннотация. В данной статье рассматривается важное значение постоянного повышения и контроля качества на предприятиях общественного питания для успешной их работы в настоящее время. Выделен комплекс положений, которые необходимо выполнять для лучшего управления качеством сервиса.

Ключевые слова: качество обслуживания, уровень сервиса, персонал, стандарты.

Предприятия общественного питания по праву можно считать одним из самых сложных видов обслуживания, так как в нем организовывается не только питание, но и предоставляются услуги обслуживания и досуга.

Главной целью любого предприятия питания является удовлетворение потребностей клиентов и чтобы их ожидания оправдались.

Качество услуги - это совокупность характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

При рассмотрении вопроса качества обслуживания на предприятиях общественного питания следует обратить внимание на тесную связь между

сервисом и персоналом. Эти два понятия не должны рассматриваться по отдельности. Именно высококвалифицированная работа персонала хороший сервис в целом.

Управление качественным сервисом предприятия общественного питания необходимо проводить как комплекс из следующих правил:

- разработка стандартов приема и обслуживания потребителей;
- составление требований к персоналу в соответствии со стандартами приема и обслуживания потребителей;
- подбор персонала, соответствующего данным требованиям;
- адаптация и обучение персонала;
- организация контроля за персоналом;
- мотивация и всевозможные поощрения персонала для более качественного обслуживания;
- мониторинг удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
- при необходимости внесение корректировок в стандарты обслуживания.

У каждого предприятия питания существует свой стандарт, в зависимости от этого стандарта следует составлять требования для персонала. Они должны быть прописаны в должностных инструкциях. В них также должны быть указаны внешний вид персонала, а также манеры поведения при обслуживании клиентов.

При принятии на работу человека без опыта, предприятие должно понимать, что необходимо будет затратить дополнительные средства на его обучение и время. Каждое предприятие питания ищет сотрудников с различными требованиями и личностными качествами.

Подбор соответствующего персонала играет главную роль на всем предприятии, так как именно сотрудники являются лицом заведения.

Для быстрой адаптации персонала, руководство не должно себя ставить выше, а наоборот должно находиться со всеми в дружественных отношениях, чтобы сотрудники не чувствовали себя дискомфортно.

Одной из существенных кадровых проблем на предприятии общественного питания является текучесть. Чтобы устранить эту проблему, и тем самым улучшить качество сервиса, необходимо сделать так, чтобы весь персонал осознавал, каким образом эффективная работа каждого влияет на работу всех сотрудников. Для этого можно воспользоваться методом «перекрестного обслуживания». Данная программа помогает персоналу взглянуть на общий процесс обслуживания с разных сторон, что приводит к полному пониманию сущности и уровня качества всей работы заведения в целом.

Совершенствование обслуживания должно быть непрерывным. Если гости нуждаются в предоставлении какой-либо дополнительной услуги, то они должны обязательно ее получить. Следует учесть все пожелания гостей, будь то вызов такси или предоставление еды на вынос. Тогда уровень

сервиса будет оценен по максимуму. Увеличится их лояльность и уровень посещаемости, что сыграет большую роль в конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Алехина Е.С. Расширение выгод потребительской ценности на предприятии сферы услуг // *Инновационная наука*. 2015. Т. 1. № 1-2. С. 114-117.
2. Клочкова, Е. Н. Экономика предприятия / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. - М.: Юрайт, 2014. - 448 с.

*Уланова К.Н.
студент 3 курса
Пахомова А.И., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Сервис»
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
Россия, г. Шахты*

**РОЛЬ СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ**

Аннотация. В данной статье рассмотрено значение менеджмента на предприятии индустрии питания и его структура.

Ключевые слова. Предприятия индустрии питания, менеджмент, организация.

Общественное питание занимает важное место в жизни людей. Оно как можно полнее удовлетворяет потребности людей в пище. Существует три основные функции общественного питания: производство готовой пищи, ее реализацию и организацию потребления.

Индустрия массового питания находится в процессе развития – растет как число заведений, так и качество обслуживания.

Современное предприятие не может полноценно работать без специально обученной команды менеджеров. Эффективный менеджмент становится главным элементом индустриально развитых и развивающихся стран.

На практике применяются три основных фактора, по которым можно определить экономическое положение отдельного предприятия:

1. Уровень инновационных технологий.
2. Качество рабочей силы и стремление к труду.
3. Менеджмент.

Менеджмент влияет на уровень технологий, следует что все факторы взаимосвязаны.

В настоящее время менеджмент – это особый сектор в экономической сфере деятельности, имеющий свою историю развития.

Управление заключается в таких аспектах, как в предвидении (изучении и планировании будущей установки программы действий), в организации предприятия, в распоряжении персоналом, в согласовании действий и усилий, в контроле за всем происходящим.

Организационная структура и форма управления предприятием имеют большое значение в менеджменте. Благодаря данной структуре осуществляется управленческий процесс, принимаются управленческие решения, происходит обмен информацией между руководством, обеспечивается взаимодействие сотрудников.

Как и на любом предприятии так и на предприятиях индустрии питания менеджмент занимаю важную роль в организации работы предприятия, в подпорке кадров и внедрения инноваций.

Использованные источники:

1. Джилавыян А.А., Горностаева Ж.В. Качество сервиса как фактор формирования имиджа организации общественного питания. В сборнике: Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах. Сборник научных трудов 4-й Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Горохов А.А.. 2015. С. 115-118.
2. Горностаева Ж.В., Поп К.В., Алехина Е.С. К вопросу о повышении качества услуг и культуры обслуживания на предприятиях питания. В сборнике: Теоретические и прикладные вопросы образования и науки сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 2014. С. 47-48.
3. Черничкина О.С., Пахомова А.И. Процветающий сервис как экономическое благо России // международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 4-2 (11)

*Фурсов В. А., доктор экономических наук
доцент, профессор*

*Технологический институт сервиса (филиал)
ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический
университет»*

Россия, г. Ставрополь

МАРКЕТИНГ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ФУНКЦИЙ СЕРВИСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В статье рассматривается развитие сервисного менеджмента как научной концепции управления сервисной организацией в виде совокупности различных функций менеджмента, связанной «цепью стоимости». Также анализируется содержание и роль функции маркетинга услуг в менеджменте сервисной организации и ее деятельности на рынке сервисных услуг.

Ключевые слова: концепция сервисного менеджмента, маркетинг сервисных услуг, функции сервисного менеджмента, сервисная экономика.

Характерной чертой современного этапа развития общества является формирование сервисной экономики, что означает, что сервисным организациям требуются новые управленческие и организационные решения в маркетинге, менеджменте, технологии, управлении взаимоотношениями между людьми: работниками организации и клиентами, заказчиками. В условиях нарастающего развития сервисной конкуренции возникает необходимость в новой организационной логике предпринимательства по сравнению с предыдущим индустриальным этапом развития общества.

Одной из проблем, возникающих в сервисной экономике перед руководством организации, состоит в том, чтобы не допустить возникновения «функционального бункера», когда каждая функция менеджмента существует изолировано от других, постоянно сохраняя свою независимость. [1] Функционализм, основанный на специализации в определенных областях решения задач, представляет старую традицию в бизнесе. Рассмотрение эволюции сервисного менеджмента требует увязки его концептуального видения с механизмом и параметрами практической реализации, прежде всего через процессы и процедуры проектирования сервисных систем и разработку стратегий и планов деятельности. В этой связи интеграция функций управления сервисной организацией – управления маркетингом, управления операциями, управления человеческими ресурсами – является сутью сервисного менеджмента (рисунок 1). Поэтому, как предлагается в перечне проблем сервисного менеджмента, представленного ранее, три функции – маркетинга, операций и человеческих ресурсов – должны работать скоординировано, если сервисная организация стремится быть более предрасположенной к своим клиентам.

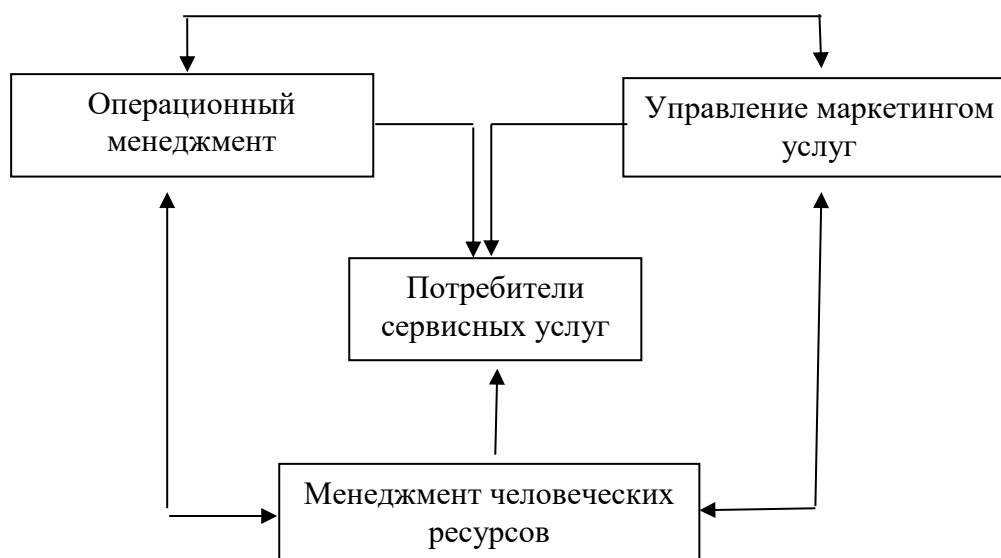


Рисунок 1 – Взаимосвязь функций маркетинга, операций и

Используя концепцию так называемой «сервисной цепью прибыли», Дж. Л. Хескетт и др. формулируют ряд причинных связей в достижении успеха в сервисных видах бизнеса. [6] Эти причинные связи в сервисной цепи прибыли обобщены ниже:

1. Лояльность клиента ведет к доходности и росту;
2. Удовлетворение клиента ведет к лояльности клиента;
3. Ценность направляет удовлетворение клиента;
4. Производительность служащих ведет к ценности;
5. Лояльность служащего ведет к производительности;
6. Удовлетворение служащего ведет к лояльности;
7. Внутреннее качество ведет к удовлетворению служащего;
8. Лидерство высшего руководства лежит в основе успеха цепи.

При этом можно выделить несколько линий поведения, которые являются критически важными для управления различными связями в сервисной цепи прибыли. Некоторые линии поведения касаются персонала (связи 4-7) и включают расход времени на работников передней линии, инвестиции в развитие перспективных менеджеров и проектирование рабочих мест, которые предлагают большую свободу для работников. Также в эту группу входит предположение, что выплата более высокой заработной платы приведет к уменьшению затрат труда, в результате снижения текучести кадров, роста производительности и более высокого качества. [5] Другой набор типов поведения сервисного лидерства сосредоточен на клиентах (связи 1-3) и делает акцент на идентификацию и понимание потребностей клиента, инвестиции, направленных на удержание клиента и обязательств по адаптации новых критериев качества работы, которые должны учитывать удовлетворение и лояльность, как среди клиентов, так и работников.

Рассмотренные связи и отношения демонстрируют взаимозависимость, которая существует между маркетингом, операциями и человеческими ресурсами. Не смотря на то, что менеджеры в пределах каждой функции могут иметь определенные обязанности, стратегическое планирование и выполнение определенных задач должны быть хорошо скоординированы. Ответственность за задачи, возложенные на каждую функцию, может быть сосредоточено в пределах одной организации или быть распределенной между основной сервисной организацией и ее субподрядчиками, которые должны работать в тесном сотрудничестве, если желают достичь желаемых результатов. [9] Хотя другие функции, такие как бухгалтерский учет или финансы, являются базовыми для эффективного функционирования сервисного предприятия, они нуждаются в менее тесной интеграции из-за их меньшей причастности к процессам создания и реализации сервисных продуктов.

Функция маркетинга

В сервисных организациях реализация маркетинговой функции выглядит несколько иначе, чем на производственных предприятиях. Многие сервисные операции, особенно относящиеся к поставке услуг, для которых обязательно присутствие клиента там, где предоставляется услуга, являются буквально «фабриками в поле», куда клиенты приходят в определенное время, когда они нуждаются в услуге. В большой сети (типа ресторанов быстрого питания, гостиниц, агентств по аренде или станций по ремонту автомобилей), сервисные участки (службы) организации могут быть расположены по всей стране, региону или даже по всему миру. Когда клиенты активно вовлечены в производство, и сервисный продукт потребляется одновременно с его производством, должен быть прямой контакт между операциями и потребителями. [2] Даже когда клиенты не вовлечены в производственный процесс, как в случае химчистки или ремонта бытовой техники, – они могут иметь тесные отношения с теми, кто выполняет работу. Передача автомобиля в ремонт, например, часто сопровождается обсуждением того, что, может быть неисправным и каковы причины. При получении автомобиля из ремонта, владелец может захотеть поговорить с механиком, чтобы узнать, что вызвало проблему, как она была установлена, и как избежать риска, чтобы это не могло повториться снова. В некоторых случаях, конечно, нет никакого контакта с персоналом, потому что клиенты, как ожидается, обслуживают себя самостоятельно или свяжутся через более обезличенные СМИ типа почты, факса или Web-сайтов. [9]

Во многих услугах, в отличие от производства товаров, операционный менеджмент ответственен за управление сервисными системами распределения, включая розничные продажи. [5] Кроме того, контакт между операционным персоналом и клиентами – скорее правило, а не исключение, хотя степень этого контакта изменяется согласно характеру услуг, например, сотрудники, работающие «за кулисами» и никогда не сталкивающимися с конечными пользователями. В сервисном бизнесе для сильной, эффективной организации маркетинга все же требуется выполнять следующие задачи:

- оценивать и выбирать рыночные сегменты для обслуживания;
- исследовать потребности и предпочтения клиента в каждом сегменте;
- изучать конкурентоспособные предложения, определяя их основные характеристики, качественные уровни и используемые стратегии;
- проектировать «корневой» сервисный продукт, проектировать его характеристики для потребностей выбранных рыночных сегментов и гарантировать, что они соответствуют или превышают таковые у конкурентных предложений;
- определять уровни качества сервиса для дополнительных элементов, необходимых для увеличения ценности и привлекательности основного продукта или облегчения его покупки и использования;
- участвовать совместно с функцией операций в проектировании

полного сервисного процесса, чтобы гарантировать, что он является легким в применении и отражает потребности и предпочтения клиента;

- устанавливать цены, которые отражают затраты, конкурентные стратегии и чувствительность потребителя к различным ценовым уровням;

- увязывать местоположение и графики доступа к услугам с потребностями и предпочтениями клиентов;

- развивать комплекс коммуникаций, используя соответствующие средства, чтобы доставить сообщения предполагаемым клиентам о сервисных продуктах и продвигающие их преимущества.

- разрабатывать стандарты выполнения работ и услуг для того, чтобы устанавливать и измерять качественные уровни сервиса;

- гарантировать, что весь персонал, осуществляющий контакт с клиентом – работают ли они для операций, маркетинга или с посредником, понимал зависимость рыночной позиции сервисной организации и ожиданий клиентов от их собственной работы;

- создавать программы для поощрения и укрепления лояльности клиента;

- выполнять исследования, чтобы оценить удовлетворенность клиента после сервисного обслуживания и идентифицировать любые его аспекты, требующие изменений или совершенствования.

Результат выполнения этих задач состоит в том, что функция маркетинга в сервисной деятельности тесно взаимосвязана и зависит от персонала и процедур, осуществляемых функцией операций, а также от качества обслуживающего персонала, нанятого и обучаемого через функцию человеческих ресурсов. [5] В сервисном бизнесе в большей степени, чем на производственных предприятиях, функции маркетинга, операций и человеческих ресурсов должны постоянно, каждодневно совместно работать. Первоначально рассматривавшийся многими операционными менеджерами как «бедный родственник», маркетинг услуг теперь приобрел существенное управленческое влияние во многих сервисных предприятиях и имеет большое значение для стратегического планирования, организационного проектирования и делегирования обязанностей и полномочий. Человеческие ресурсы, также, во все большей мере начинают выполнять стратегическую роль.

Функция операций

Несмотря на то, что повышение значения маркетинга, функция операций все еще доминирует в линейном менеджменте в большинстве сервисных предприятий. Это следствие того, что операции – обычно наибольшая часть деятельности в сервисной организации – остаются ответственными за большинство производственных процессов, участвующих в создании и реализации сервисного продукта. Операционные менеджеры ответственны не только за оборудование, технологию и происходящие «за кулисами» процедуры, но также и за находящиеся в собственности

организации розничные выходы (точки) и другие средства обслуживания клиента. [3] При выполнении высококонтактных услуг операционные менеджеры могут направлять работу большее число работников, включая тех, кто непосредственно обслуживает клиентов. В высокотехнологических сервисных организациях на операционных менеджеров возлагается непосредственная ответственность за технологическую инфраструктуру и взаимодействие со специалистами по научно-исследовательским работам при проектировании и внедрении инновационных систем обслуживания. Они также ответственны за реинжиниринг существующих операций, чтобы сделать их более производительными и эффективными. [10]

В традиционно ориентированных сервисных организациях большинство операционных менеджеров взаимодействуют с организацией дольше, чем их коллеги по маркетингу и полагают, что понимают ее лучше. Но даже здесь возрастает признание результатов, которые маркетологи могут сделать, в первую очередь, в понимании побуждений и привычек клиента, идентификации возможностей для развития нового сервисного продукта и входов на новые рынки, информируя нынешних и будущих клиентов о продукте и создавая стратегии формирования лояльности клиента на высококонкурентных рынках. [2] Несмотря на то, что в некоторых традиционных сервисных организациях операционные менеджеры могут продолжать считать, что маркетинг не должен непосредственно вовлекаться в линейный менеджмент, но и они готовы признать, что специалисты по маркетингу могут внести полезный вклад в проектирование сервиса.

Сервисные организации, которые признаны лидирующими в операциях массового производства стандартизированных услуг, продвинулись намного дальше к подходу, который можно назвать «массовой кастомизацией», позволяющему организации быть более отзывчивой к изменениям в потребностях клиента, не теряя из виду необходимость улучшать производительность. [8] Можно найти доводы в признании слабости подхода к сервисным операциям, согласно которому вначале следует сосредоточиться на том, что хотят клиенты, а затем минимизировать затраты на предложение желательного сервиса. Сущность такой стратегии они обосновывают операционной практикой (иногда основанной на изучении операций в производственных отраслях), привлекаемой для использования метода проектирования бизнес-процессов (blueprinting), чтобы устранить не добавляющие ценности операции. [6] Результатом является увеличение вовлеченности клиента в сервисное проектирование, обучение работников и усилия по расширению полномочий персонала.

Функция человеческих ресурсов

Немногие из сервисных организаций настолько продвинуты технологически, что могут действовать без работников. В действительности, многие виды услуг остаются высоко трудоемкими. Люди необходимы для

достижения операционных задач (как «передней», так и «задней» линий), чтобы выполнить большое множество операций по маркетингу и обслуживанию клиентов и для административной работы. [5]

Человеческие ресурсы как последовательная функция управления сформировались сравнительно недавно. Исторически ответственность за вопросы, касающиеся персонала организации, типа отношений между предпринимателями и работниками, оплаты труда и организационного развития персонала (или обучения) как правило распределялась среди множества различных служб. [4] В своей повседневной работе многие работники подчинены подразделениям операций. При этом управление человеческими ресурсами включает все управленческие решения и операции, которые непосредственно затрагивают характер отношений между организацией и ее работниками – ее человеческими ресурсами. Следовательно, управление человеческими ресурсами начинает выступать ключевым элементом бизнес-стратегии. [1]

Управленческие действия, относящиеся к персоналу, в современной сервисной организации могут быть сгруппированы в четыре направления (области) политики:

1. Поток человеческих ресурсов нужен для обеспечения необходимым количеством работников и правильным соединением компетентностей, которое соответствовало бы долгосрочным стратегическим потребностям организации, включая найм, обучение, продвижение и развитие карьеры.

2. В состав работы включают все задачи, связанные с упорядочением людей, информации, средств обслуживания и технологий, чтобы создать (или поддержать) услуги, произведенные сервисной организацией.

3. Системы поощрения обеспечивают понимание всех работников относительно того, какую организационную культуру стремятся создавать и поддерживать особенно с точки зрения желательных отношений и поведения. При этом не все поощрения являются материальными по своей природе, но и нематериальное признание также может быть мощным фактором мотивации.

4. Влияние персонала по поводу вклада каждого работника относительно бизнес-целей, оплаты, условий работы, развития карьеры, охраны труда, проектирования и выполнения рабочих задач. Работа по предоставлению больших полномочий персоналу ведет к смене характера труда и степени влияния на него работника.

Во многих сервисных организациях качество и подготовленность рабочей силы стали главным источником конкурентного преимущества, особенно в высококонтактных услугах, где клиенты могут устанавливать различия среди работников конкурирующих организаций. Строгие требования руководства к человеческим ресурсам – особенность многих успешных сервисных организаций. [4] В той степени, в какой от работников требуется понимание и поддержка целей их организации, наличие навыков и

подготовки, чтобы преуспеть на рабочих местах, признание важности создания и поддержания удовлетворения клиента, в такой же степени маркетинговые и операционные действия должны быть более управляемы.

Для того, чтобы управление человеческими ресурсами было успешным, оно должно быть функцией, направляемой менеджментом с полным пониманием перспективы организации. Служба управления человеческими ресурсами должна рассматриваться как стратегический консультационный партнер, обеспечивающий инновационные подходы и влияющий на ключевые решения и политику сервисной организации. [1] Среди задач функции человеческих ресурсов, как мы полагаем, должно быть установление систем, которые измеряют убеждения и ценности претендента для сравнения с убеждениями и ценностями, принятыми в организации, для того, чтобы заменить умозрительные решения по найму, которые часто заканчиваются быстрым увольнением и текучестью кадров.

Необходим также пересмотр прежнего отношения к программам обучения и переподготовки – ключевого элемента для развития передовых сервисных бизнесов. При этом важно не исходить из предположения, что всем работникам требуется одно и то же обучение. После первой оценки того, что работники уже знают и в чем преуспевают, функция человеческих ресурсов должна предоставить инструменты, которые позволяют работникам измерять и контролировать результаты их собственного обучения. Эта задача включает обеспечение возможностей для менеджеров изучать навыки лидерства, основанные на знании того, как действуют отдельные менеджеры в настоящее время, направляя своих работников. [3]

Разработка проблем сервисного менеджмента сегодня актуальна для российской экономики, где в настоящее время стремительно развивается бизнес сферы услуг (там создается более 60% ВВП), а также многие производственные предприятия активно используют сервисные технологии для продвижения своих товаров на рынок и достижения превосходства над конкурентами, повышается спрос на соответствующих специалистов.

Таким образом, в настоящее время условием успешной деятельности большинства сервисных организаций становится преодоление их руководителями, менеджерами и персоналом сложившихся стереотипов мышления, переход от индустриальной парадигмы ведения бизнеса к сервисной, с использованием концепции маркетинга услуг, обеспечивающей реальные конкурентные преимущества в борьбе за потребителя, и применение принципов и инструментов сервисного менеджмента как концепции, адекватной современному этапу развития общества.

Использованные источники:

1. Бережной В.И., Цвиринько И.А., Фурсов В.А. Стратегический менеджмент на транспорте: учебное пособие. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2007. – 273 с.
2. Звягинцева Т.Е., Фурсов В.А. Управление формированием рекламного

- бюджета предприятия // Kant. – 2012. - №3(6). - С.53-56.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Туризм. Гостеприимство. Маркетинг: Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2012.
 4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. – М.; СПб.; Киев: ИД «Вильямс», 2005.
 5. Лавлок К., Гаммессон Э. Маркетинг услуг – что дальше? В поисках новой парадигмы и свежих веяний // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2006. - №2. С. 158-172; - №3. С. 240-259. - №4. С. 354-369.
 6. Роуз П.С. Банковский менеджмент. Предоставление финансовых услуг. – М.: АНХ при правительстве РФ. Изд-во «Дело Лтд», 1995. - 768 с.
 7. Фурсов В.А. Особенности маркетинга транспортных услуг // Экономический вестник Ростовского государственного университета. - 2006. - №4. – С. 148-153.
 8. Фурсов В.А. Формирование и функционирование регионального рынка транспортных услуг: концепции, методы, модели: монография. – Ставрополь: ГОУ ВПО «СевКавГТУ», 2011. – 306 с.
 9. Фурсов В.А. Бенчмаркинг как инструмент рыночной деятельности предприятия // Вестник ИДНК «Теория экономики и управление народным хозяйством». – 2008. №3(7). - С. 96-102.
 10. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р.С., Мердик. Р.Г. Управление и организация в сфере услуг: теория и практика. – СПб.: Питер, 2002.

Цыбулько В.В.
студент 4 курса
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ
РФ, г. Шахты

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В современном мире информационные системы (ИС) являются неотъемлемой частью инфраструктуры любого предприятия. С их помощью происходит автоматизация работы организации, а также используя ИС руководители организации могут принимать верные решения по управлению и планированию деятельности предприятия.

Ключевые слова: информационные системы, программное обеспечение, базы данных, тенденции развития информационных систем.

На сегодняшний день современные информационные системы служат неотъемлемой частью инфраструктуры управления предприятием, а также открывают различные инструменты управления и обеспечения всех бизнес-процессов.

Информационные системы предприятия – это совокупность технологических, аппаратных и программных средств, предназначенных для автоматизации процессов в повседневной работе предприятия.

В последнее время программное обеспечение потерпело ряд существенных изменений от программ, выполняющих лишь арифметические и логические действия, до сложных систем управления и планирования бизнес-процессов на предприятии. На рисунке 1 представлены два основных направления развития ПО [1]:

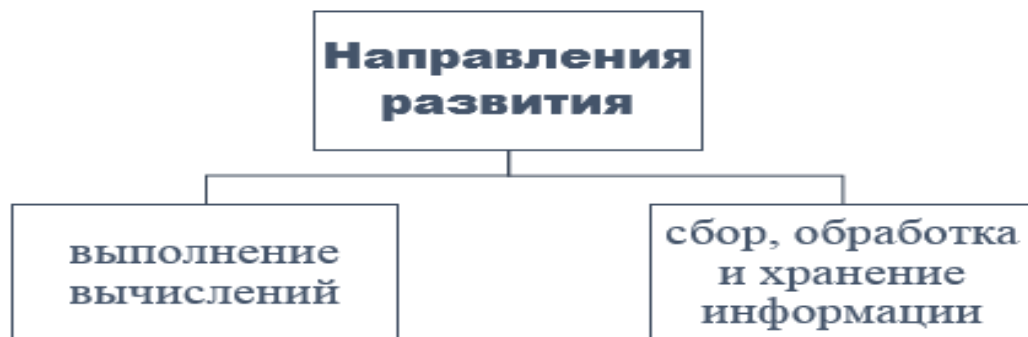


Рисунок 1 – Направления развития программного обеспечения на рынке ИС

В условиях современной конкуренции на рынке компании стремятся в процессе своей работы применять более новые, усовершенствованные информационные системы для автоматизации работы. В настоящее время руководитель предприятия обязан принимать грамотные решения в управлении, так как бизнес сегодня довольно чувствителен к ошибкам. Не правильные постановления по управлению компанией или не верный подбор персонала может привести к сокращению доходов, тем самым предприятия просто не сможет работать на рынке и аннулируется.

Каждый руководитель стремится более подробно изучить теорию управления предприятием для совершенствования навыков в этой довольно обширной области. Данная теория основывается на следующих процессах [2]:

1) Управление производственным процессом. Данный процесс основывается на планировании и является довольно трудоемкой задачей. С развитием информационных технологий появляются программные продукты, с помощью которых возможно наладить основные механизмы планирования, автоматизировать решение проблем, задач. С помощью новейшего программного обеспечения возможно учитывать затраты, управлять процессами предприятия в соответствии с последними законами и стандартами. Становится ясно, что чем крупнее предприятие, тем большее количество процессов участвует в получении прибыли, а это означает, что использование новейших информационных систем играет значимую роль для компании.

2) Документооборот. Система документооборота – это важный процесс деятельности любой организации. Развитие информационных технологий существенно повлияло на развитие данного процесса. Появление системы электронного документооборота на предприятии позволяет

улучшить производительность труда сотрудников, тем самым повысить эффективность работы компании в целом.

3) Оперативное управление предприятием складывается с помощью основной информационной системы, которая позволяет решать задачи оперативного уровня предприятием и строится на создании базы данных, в которой находится вся возможная информация об организации, клиентах, поставщиках, возможно, и конкурентах.

Информационные системы можно разделить в зависимости от предметной области, функций, архитектуры, реализации. Но во всех этих классификациях существует ряд свойств, которые являются общими для всех иерархий [3]:

I. Все информационные системы предназначены для сбора, обработки и хранения информации, именно поэтому в основе любой лежит среда хранения и доступа к данным.

II. Все информационные системы направлены на конечного пользователя, который не обладает квалификацией в области высоких вычислительных технологий. Поэтому все приложения от предприятия должны иметь простой, удобный и понятный интерфейс с представленной полной и достоверной информацией.

Каждое предприятие должно иметь базу данных, которая бы полно отражала всю информацию для всех сотрудников. На рисунке 2 представлена схема работы базы данных.



Рисунок 2 – Схема работы базы данных

Сама информационная система не является инструментом принятия управленческих решений, но наличие информативной базы данных позволяет предоставить всю информацию для ознакомления и обеспечения принятия соответствующего решения.

Такая система позволяет «подготовить» следующую важную информацию:

- a) Анализ деятельности предприятия;
- b) Анализ показателей различных направлений деятельности

компании для выявления перспектив и убытков ведения бизнеса;

с) Данные о работе подразделений фирмы;

Но многие предприятия пока сторонятся использования новейших современных информационных технологий, ссылаясь на то, что нет квалифицированных специалистов, которые бы смогли создать такую информационную базу данных, а также сотрудников, которые могли бы работать с ней. Таким организациям необходимо знать о технологиях внедрения информационных систем, ведь для успешного функционирования необходимо «идти в ногу со временем». Существуют следующие технологии внедрения [4]:

1. Модель технологии построения системы «как надо», без программирования существующих алгоритмов. Данная модель создания показала, что автоматизация процессов на предприятии и модернизация существующих систем управления приносит довольно высокие результаты, так как использование в работе программных приложений является не просто сокращением бумажных документов, но и переходом в новые формы ведения документооборота компании.

2. Технология построения систем с подходом «сверху вниз». Если решение об автоматизации принято и одобрено высшим руководством, то внедрение программных модулей осуществляется с головных предприятий и подразделений, а процесс построения корпоративной системы проходит гораздо быстрее и эффективнее, чем при внедрении системы первоначально в низовые подразделения.

3. Технология поэтапного внедрения. Постепенный процесс внедрения новых технологий во всех подразделениях приводит к общему улучшению работы предприятия, тем самым увеличивает доходы предприятия.

В последние несколько лет наблюдается внедрение информационных систем предприятиями. При комплексной автоматизации на предприятиях происходят существенные изменения в функциях отделов, а также возрастает роль информационных технологий в общем процессе перехода предприятия на новейшие прогрессивные методы управления и обслуживания. Данный факт является значимым и позволяет организации достигать высоких результатов, а также успешно существовать на рынке.

Использованные источники:

1. НОУ «ИНТУИТ». Конспект лекций. Информационные системы на предприятии. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3735/977/lecture/14685> (дата обращения: 25.02.2016 год).

2. Томашевский О.М. Учебное пособие. Информационные технологии и моделирование бизнес-процессов. [Электронный ресурс]. URL: http://uchebnikonline.com/informatika/informatsiyni_tehnologiyi_ta_modelyuvaniya_biznes-protsestviva_tomashevskiy_om.htm (дата обращения: 25.02.2016)

год).

3. Шуремов Е.Л., Чистов Д.В., Лямова Г.В. Учебное пособие. Информационные системы управления предприятиями. [Электронный ресурс]. URL: http://fa-kit.ru/main_dsp.php?top_id=7410 (дата обращения: 26.02.2016 год).

4. Эринов В.В. Статья. Информационные системы предприятий. [Электронный ресурс]. URL: http://edulib.pgta.ru/els/_/disk/38.03.02%20-%20Менеджмент/Информационные%20технологии/Информационные%20системы%20предприятий.pdf (дата обращения: 26.02.2016 год).

Чернова К.А.
магистрант 2 курса
кафедра «Сервис»
Щербакова Н.В., к.техн.н.
доцент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
ФГБОУ ВПО «Донской Государственный технический университет»
ИСОиП(филиал)ДГТУ
Россия, г. Шахты Ростовской области

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОЦЕССА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПИТАНИЯ

Аннотация. В статье приведена методика проектирования процесса оказания услуг общественного питания на примере ресторана класса «Люкс» на 100 посадочных мест.

Ключевые слова: предприятие, питание, ассортимент, блюдо, торговый зал, посетители.

Международная статистика свидетельствует о том, что торговля услугами является одним из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства. Сфера предоставления услуг доминирует в экономике большинства развитых стран. В мировой экономике сфера сервиса выступает главным фактором уровня качества жизни.

Для успешной работы предприятия питания разработана методика проектирования процесс оказания услуг на примере ресторана класса «Люкс» на 100 посадочных мест.

В таблице 1 представлен ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции ресторана.

Таблица 1 Ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции

<i>Наименование</i>	<i>Количество</i>
<i>Холодные блюда и закуски</i>	<i>13</i>
<i>Горячие закуски</i>	<i>2</i>
<i>Супы</i>	<i>4</i>

Горячие блюда	15
Сладкие блюда	4
Напитки	6
Кондитерские изделия	6

В таблице 2 приведена разбивка ассортимента выпускаемой и реализуемой продукции ресторана по ассортиментным группам.

Таблица 2 Разбивка ассортимента выпускаемой и реализуемой продукции ресторана по ассортиментным группам

Наименование группы блюд	Процент от общего количества	Процент от данной группы	Количество
Холодные блюда:	30		764
Рыбные		25	191
Мясные		35	267
Салаты		40	306
Горячие закуски	5	100	127
Супы:	10		256
Прозрачные		20	51
Заправочные		70	179
Пюреобразные		10	26
Горячие блюда:	40		1018
Рыбные		35	356
Мясные		50	509
Овощные		15	153
Сладкие блюда	15		382

Расчёт количества посетителей торгового зала выполнен по формуле:

$$N = \frac{P \times C \times X}{100}, \quad (1)$$

где: N - количество посетителей за час;

P - количество мест в зале;

C - процент загрузки торгового зала;

X – оборот одного места за час.

В таблице 3 представлен расчёт количества посетителей торгового зала ресторана.

Таблица 3 Расчёт посетителей торгового зала ресторана

Часы работы	Оборот одного места за час	Процент загрузки торгового зала (%)	Кол-во посетителей за час
12-13	1,5	60	67
12-13	1,5	70	73
13-14	1,5	90	100
14-15	1,5	90	100
15-16	1,5	70	78
16-17	1,0	60	44

17-18	1,0	60	44
18-19	0,8	50	30
19-20	0,8	100	59
20-21	0,6	100	44
21-22	0,6	100	44
22-23	0,4	70	21
24-01	0,4	60	18
Итого: <i>Нощ</i>	-	-	727

Расчёт количества посетителей торгового зала можно выполнить на ПЭВМ по программе разработанной на кафедре «Сервис» ИСОиП(филиал)ДГТУ для любого вида и типа предприятия общественного питания.

Расчёт блюд, реализуемых в ресторане за день, выполнен по формуле:

$$n_{\text{бл}} = N_{\text{общ}} \times m, \quad (2)$$

где: $n_{\text{бл}}$ – количество блюд реализуемых за день;

m – коэффициент потребления блюд.

$$n_{\text{бл}} = 727 \times 3,5 = 2545 \text{ блюд.}$$

Разбивка ассортиментных групп блюд ресторана на виды блюд представлена в таблице 4.

Таблица 4 Разбивка ассортиментных групп блюд

Наименование блюд	Процент от общего количества, %	Процент от данной группы, %	Количество блюд
Холодные блюда и закуски:	45		668
рыбные		25	167
мясные		30	200
салаты		40	267
Кисломолочные продукты		5	33
Горячие закуски		5	74
Супы:	10		148
прозрачные		20	30
заправочные		70	103
молочные, холодные, сладкие		10	15
Вторые блюда:	25		371
рыбные		25	93
мясные		50	186
овощные		5	19
крупяные		10	37
яичные и творожные		10	37
Сладкие блюда и горячие напитки	15		223

Итого: общее количество блюд	100	-	1484
------------------------------	-----	---	------

Выполнен расчёт покупных товаров для ресторана (таблица 5).

Таблица 5 Расчёт количества покупных товаров

Покупные товары	Норма потребления одного потребителя	Общее количество
1	2	3
Холодные напитки, л:		
1	2	3
фруктовая вода	0,05	106
минеральная вода	0,04	85
натуральный сок	0,02	42
напитки собственного производства	0,01	21
Итого		154
Хлеб и хлебобулочные изделия, г:		
ржаной	0,03	13
пшеничный	0,02	9
Итого		44
Мучные кондитерские изделия, шт:		
Шоколад, конфеты, печенье, кг	0,007	3
Орехи и чипсы, г	50	21200
Фрукты, кг	0,05	21
Сигареты, пачка	0,1	42
Виноводочные изделия, л	0,2	85
Пиво, л	0,025	11
Спички, пачка	0,09	38

Разработанная методика проектирования процесса оказания услуг общественного питания позволяет оперативно получить достоверную информацию для расчёта затрат предприятия на продукты и планирования работы предприятия питания.

Чистова М.В., к.э.н.

доцент

кафедра креативно-инновационного управления и права

Колтун И.А.

магистрант

ФГБОУ ВПО «ПГЛУ»

Российская Федерация, г. Пятигорск

**ФАНДРЕЙЗИНГ И ЭНДАУМЕНТ КАК ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

Аннотация. В статье проанализированы основные проблемы финансирования деятельности современных социально-культурных учреждений. Охарактеризованы такие формы внебюджетного финансирования деятельности социально-культурных учреждений как фандрейзинг и эндаумент. Сделаны выводы о возможности их применения в качестве инструментов финансирования учреждений культуры различного типа, в том числе и на региональном уровне.

Ключевые слова. Культура, социально-культурные учреждения, бюджетное финансирование, программно-целевой метод управления, фандрейзинг, фонд целевого финансирования, эндаумент.

Развитие Российской Федерации на современном этапе характеризуется повышенным вниманием общества к культуре. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008г. № 1662-р, культуре отводится ведущая роль в формировании человеческого капитала.

Культурная среда сегодня становится ключевым понятием современного общества и представляет собой не отдельную область государственного регулирования, а сложную и многоуровневую систему, внутри которой решение проблем может быть только комплексным, учитывающим множество смежных факторов и соединяющим усилия разных ведомств, общественных институтов и бизнеса [2].

В связи с этим формирование и развитие культурной среды представляет собой важнейшее условие повышения качества жизни в Российской Федерации. При этом актуальным является оказание государством поддержки федеральным, региональным и муниципальным учреждениям культуры и искусства.

Однако, следует отметить, что проблемы финансирования учреждений культуры остаются в настоящее время ключевыми и не до конца решенными как с теоретических позиций, так и с точки зрения практической реализации.

Действующее законодательство в сфере культуры предусматривает, что государство берет на себя обязательства по обеспечению доступности для граждан культурной деятельности, культурных ценностей и благ. С этой целью государство намеревается, прежде всего, осуществлять бюджетное финансирование государственных и, в необходимых случаях, негосударственных организаций культуры.

В самом общем виде доходы учреждений культуры формируются из следующих элементов: прямого бюджетного финансирования; косвенного бюджетного финансирования и внебюджетных фондов. При этом, к внебюджетным источникам финансирования принято относить доходы от предпринимательской деятельности, спонсорскую помощь, добровольные пожертвования и целевые взносы.

Основной формой финансирования для учреждений культуры остается бюджетное финансирование, которое осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации и законодательством субъектов Российской Федерации. Расходные обязательства Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований в сфере культуры определяются в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации.

В последнее десятилетие получил распространение программно-целевой подход к финансированию развития культуры. По мнению Правительства РФ, данный подход едва ли имеет сегодня серьезную альтернативу. Так, в настоящее время на территории РФ реализуются мероприятия федеральной целевой программы «Культура России (2012-2018 годы)», основной целью которой является сохранение российской культурной самобытности и создание условий для равной доступности культурных благ, развития и реализации культурного и духовного потенциала каждой личности.

Однако, основные проблемы развития культурной отрасли наблюдаются именно на региональном уровне, и решить их с помощью бюджетного финансирования и программно-целевого метода становится все сложнее.

Так, например, в Ставропольском крае финансирование деятельности социально-культурных учреждений главным образом осуществляется с помощью бюджетного финансирования и программно-целевого метода.

Анализ практики финансирования учреждений социально-культурной деятельности Ставропольского края показывает, что бюджетного финансирования недостаточно для осуществления эффективной и всеобъемлющей социально-культурной деятельности. Вполне очевидным следствием этого является то, что модернизация системы финансирования сферы культуры требует переосмысления и внедрения новых подходов, направленных на повышение качества предоставляемых государственных (муниципальных) услуг, обеспечение их доступности населению, повышение ответственности учреждений культуры за результаты своей деятельности. Основным направлением модернизации нам видится успешное сочетание бюджетного финансирования культуры с элементами самофинансирования, что бесспорно вполне вписывается в структуру современного рыночного механизма [8].

В современных социально-экономических условиях для осуществления эффективной деятельности по предоставлению социально-культурных услуг населению учреждениям культуры необходимо развивать деятельность по привлечению финансирования из внебюджетных источников, в частности, с помощью применения таких инструментов финансирования как фандрейзинг и эндаумент.

Понятие фандрейзинга пришло к нам из США, где он употребляется в

секторе некоммерческих негосударственных организаций, выполняющих задачи, на которые частный и государственный сектора экономики не обращают внимание. Изначально сфера некоммерческой деятельности некоммерческих негосударственных организаций была крайне узка, однако со второй половины XX века общее количество занятых в этой сфере начинает возрастать буквально в геометрической прогрессии [7, С.275].

В широком смысле к фандрейзингу относится деятельность по поиску финансовых средств, человеческих ресурсов (времени, всевозможных услуг, оборудования) и т.д., требуемых для обеспечения какой-либо деятельности. В узком смысле под фандрейзингом понимается поиск средств из альтернативных источников для формирования денежных фондов, который еще уже сводится к поиску инвесторов.

Отличительной особенностью фандрейзинга в целом, и, в том числе, в сфере культуры, является то, что средства привлекаются под некоммерческие проекты, которыми призваны заниматься различные виды некоммерческих организаций. При этом, вопрос извлечения прибыли для них отходит на второй план. И основной целью является только обеспечение деятельности. Таким образом, по своей сути, фандрейзинг – это не что и иное как привлечение спонсорской помощи в целях дальнейшего создания и реализации некоммерческих проектов.

Безусловно, спонсорская, как и благотворительная поддержка культурных проектов – явление для России не новое. Но в большей степени эти виды финансирования характерны для тех учреждений и проектов, которые либо являются национальным достоянием, либо уже заявили о себе и являются своеобразными брендами, такими, например, как национальные музеи и театры. Примерами служат Фонд развития Большого Театра, Благотворительный Фонд «БДТ» им. К.Ю. Лаврова, Фонд Мариинского театра, Фонд Михайловского театра, Благотворительный Фонд поддержки и развития Государственного театра кукол Республики Карелия «АРТ КУКЛА», Фонд поддержки и развития Пермского Академического театра оперы и балета им. П.И. Чайковского, Фонд развития Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина.

В учреждениях культуры районного масштаба применение фандрейзинга развивается достаточно медленно, что может объясняться рядом причин.

Во-первых, недостаточным уровнем компетенции сотрудников в данной области и, как следствие, недостаточным уровнем понимания механизмов взаимодействия со спонсорами и благотворителями. Корни этой проблемы кроются в непонимании мотивов спонсорской и благотворительной поддержки, отсутствием видения разницы между спонсорством и благотворительностью. Благотворительность – акт свободного волеизъявления, основанный на «любви к искусству», желании помочь. Мотивы же спонсорства совсем иные. Спонсор осуществляет

финансирование на взаимовыгодных условиях. Мотивом спонсорской поддержки может являться поддержание или формирование имиджа спонсора, продвижение бренда, развитие партнерских взаимоотношений [5]. Во-вторых, сложилось мнение, о том, что возможности позиционирования спонсора и производимого им продукта на районном уровне достаточно ограничены, а развитие партнерских отношений спонсора с различными коммерческими организациями вообще неосуществимо [5].

Другой перспективной формой финансирования социально-культурной деятельности в современных условиях является создание эндаумент-фонда или фонда целевого капитала, как их называет российское законодательство.

Возможность использования такого инструмента благотворительности открылась в России с принятием в конце 2006 года закона №275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» [1]. Совместно с этим законом были приняты поправки в Налоговый кодекс, освобождающие доход от капитала фондов от налога на прибыль. Правительство в настоящее время рассматривает возможность предоставления налоговых льгот также и жертвователям таких фондов.

Целевой капитал некоммерческой организации (далее – НКО), эндаумент (англ. endowment) — сформированная за счет пожертвований «часть имущества НКО, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций» [1].

Эндаумент имеет два несомненных достоинства. Первое — позволяет обеспечить повышение финансовой самостоятельности некоммерческих организаций в результате увеличения доли гарантированного дохода в общем объеме доходов. Второе — дает возможность долгосрочного планирования деятельности некоммерческих организаций, поскольку представляет собой долговременный источник финансирования [6, с.170].

Основное отличие эндаумент-фонда от благотворительных фондов заключается в том, что на цели фонда направляются не пожертвования доноров, а инвестиционный доход от сформированного донорами капитала. При этом доноры имеют право четко указывать, на что может быть потрачен полученный фондом доход.

Российские целевые капиталы – это аналог западных эндаументов, история которых насчитывает уже более 500 лет. Первый аналог современных эндаументов появился в 1502 году в Великобритании, когда Леди Маргарет Бюфорт, бабушка короля Генри VIII, внесла пожертвования на создания кафедр богословия в университетах Оксфорда и Кембриджа. В США, где эндаументы существуют уже более 350 лет, первопроходцем в создании эндаументов стал Гарвардский университет, когда в 1649 году четыре выпускника завещали альма-матер небольшой участок земли. Сейчас крупнейшими подобными фондами в мире являются эндаументы Гарварда

(\$25,7 млрд.), Йеля (\$16,3 млрд), Стэнфорда (\$12,6 млрд) [3].

Система эндаумент-фондов действует практически во всех экономически развитых странах. Наиболее наглядным примером зарубежного опыта применения эндаументов и его значения для современной России являются Соединенные Штаты Америки и Европейский Союз. Университеты Великобритании, Германии, Нидерландов, подобно американским, также получают существенное дополнительное финансирование из широкого спектра источников [4, С.117].

Наиболее известный международный эндаумент-фонд – Нобелевский, созданный в конце 19 века. В соответствии с завещанием Альфреда Нобеля средства, вырученные от продажи его собственности, должны были быть вложены в надежные ценные бумаги, а премии ученым выдавались бы с процентов от прибыли. На момент смерти Нобеля его состояние оценивалось в современных ценах примерно в \$212 млн., сегодня же активы Нобелевского фонда превышают \$500 млн. Этого вполне достаточно, чтобы ежегодно выдавать каждому лауреату нобелевской премии не менее \$1 млн [10].

Если говорить об эндаументах, созданных для поддержки культуры, то среди наиболее крупных можно выделить эндаумент Метрополитен музея (Нью-Йорк), размер которого превышает \$ 2,9 млрд. В 2010 году музей получил поддержку от своего эндаумента в размере 71 млн. \$, что составило 37 % годового бюджета музея [9].

Согласно сведениям информационного ресурса Investfunds, созданного с целью полного, оперативного и бесплатного обеспечения информацией частных инвесторов, работающих на фондовом рынке, по состоянию на 30 апреля 2015 года на территории РФ зарегистрирован 141 целевой капитал с общей стоимостью активов 27,5 млрд. руб., из них 75 % относятся к сфере образования и науки, 8% - к сфере культуры [11]. Из зарегистрированных 11 эндаумент-фондов в сфере культуры (Фонд формирования целевого капитала Государственного музея изобразительных искусств имени А.С. Пушкина, Фонд развития Политехнического музея, Фонд развития Государственного Дарвиновского музея, некоммерческий фонд целевого капитала развития культуры «Эндаумент ВАРК» (Всебурятской ассоциации развития культуры), специализированный фонд целевого капитала Российского военно-исторического общества к сформированным и действующим при организациях культуры относятся только четыре – это целевые капиталы Государственного Эрмитажа, Государственного музея-заповедника «Петергоф», Всебурятской ассоциации развития культуры, Специализированный фонд управления целевым капиталом частного учреждения культуры «Еврейский музей и центр толерантности».

Зарегистрированные в предыдущие годы «Фонд Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина», целевые капиталы Политехнического и Дарвиновского музеев пока не сформировали целевые

капиталы.

Подобная невысокая популярность создания эндаументов при учреждениях культуры в России в большей степени объясняется более длительными (в отличие от благотворительных взносов) сроками получения положительных результатов, а также отсутствием высококвалифицированных специалистов.

Таким образом, эндаумент как инструмент финансирования деятельности учреждений культуры в России только набирает популярность и характерен он только для крупных культурных проектов России. Однако, по нашему мнению, данный инструмент возможно и следует применять и на региональном уровне в целях развития деятельности социально-культурных учреждений разного типа.

Использованные источники:

1. О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций: федеральный закон от 30.12.2006г. № 275-ФЗ (ред. от 23.07.2013г.)
<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=149890;fld=134;dst=1000000001,0;rnd=0.035866295453161>.
2. О Федеральной целевой программе «Культура России (2012-2018 годы)»: постановление Правительства РФ от 03.2012г. № 186. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fcpkultura.ru/docs.php?id=53>.
3. Алейниченко, Э. Что такое «целевой капитал» / Э.Алейниченко, О. Тимошук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amcult.ru/index.php/ru/knowledge/articles/280-endowment>.
4. Андреасян Г.Г. Совершенствование системы привлечения использования целевого капитала (эндаументов) некоммерческих организаций социальной сферы: автореф. дисс. канд. экон наук / Г.Г. Андреасян. – М., 2011. – 25с.
5. Климкович Е.В. Финансирование социально-культурных проектов на современном этапе / Е.В. Климкович // Культура и образование. 2015.- № 1 (16). - С. 74-79.
6. Кубышкин С. Новые формы финансирования некоммерческих организаций и возможность их использования в деятельности Русской Православной церкви (на примере эндаумента) / С. Кубышкин // Христианское чтение. – 2014. - №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: christian-reading.info/data/2014/01/2014-01-10.pdf.
7. Куликова Ю.П. Фандрайзинг в сфере культуры / Ю.П. Куликова // Вестник Томского государственного университета. Культура и искусствоведение. – 2012. - №4. – С. 32-39.
8. Чистова М. В., Демина Н. В. Система финансирования деятельности учреждений культуры в Российской Федерации // Концепт. – 2016. – Приложение №2. Современные научные исследования: актуальные теории и концепции. Выпуск 4. – ART 46025. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/46025.htm>. – ISSN 2304-120X.

9. Шекова Е. Целевой капитал и его роль в финансировании организаций культуры в России и США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://endowment.donorsforum.ru/material/tselevoj-kapital-i-ego-rol-v-finansirovanii-organizatsij-kultury-v-rossii-i-ssha>.

10. Эндаумент-фонды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.am.bfa.ru/corporate/endowment>.

11. Эндаумент в учреждении культуры: как создать и развивать фонд целевого капитала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cultmanager.ru/e-s/5813/.

Шабельник Л.С.

студент 3 курса

*Института сферы обслуживания
и предпринимательства (филиал) ДГТУ*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕКТОРА УСЛУГ В РОССИИ

Аннотация

В данной работе автор поднимает вопрос о состоянии сектора услуг в России. Были рассмотрена особая роль сферы услуг в западной практике, а именно роль своеобразного мотора экономического развития. Также проведен сравнительный анализ понятия сервиса в доперестроичной и послеперестроичной России. Рассмотрена статистика по индексу деловой активности в сфере услуг - PMI по состоянию на сентябрь 2015 года.

Ключевые слова

Сервис, экономика, эффективность, деловая активность, услуга

Относительно западной практики сфера услуг в России достаточно поздно стала дифференцироваться как самостоятельная область предпринимательства. Формирование статуса самостоятельной области задерживалось по причине недостаточного развития системы рыночных отношений, низкого уровня жизни граждан, а также из-за того, что была широко распространена практика семейного обслуживания. Оказание каких-либо общественных услуг рассматривалось как непроизводительный труд и превращало сферу услуг во второстепенный объект научного анализа. Данный сектор финансировался по остаточному принципу, что заметно тормозило процессы его обновления.

Нынешний период – период возрождения российской экономики, а в частности предпринимательства – характерен тем, что происходит процесс освоения новых подходов к анализу сервисной деятельности. Этому процессу мешает обстоятельство низкой профессиональной подготовки работников сферы обслуживания.

Если рассмотреть роль сервисного бизнеса во многих странах мира, то можно заметить, что этот вид бизнеса представлял собой своеобразный мотор экономического развития и повышения благосостояния общества. Однако в России подобные механизмы не изменяют пока общей ситуации, а

лишь готовят почву для преодоления общественного и экономического кризиса. Проанализировав множество теорий обобщающих роль сервиса в экономике и жизни общества, его функций, были выявлены критерии, по которым четко прослеживаются различия (см. в табл. 1) в понимании сферы услуг в доперестроечной и послеперестроечной России.

Таблица 1 – Критерии сопоставления сферы услуг в доперестроечной и послеперестроечной России

№	Критерии	Советский период (1960 -1990 гг.)	Постсоветский период (1990-2015 гг.)
1	Требования к качеству услуг	Высокие требования, определялись партийно-административным аппаратом	Высокие требования, определяются рыночным аппаратом
2	Доходы работников сферы услуг	Низкие	Высокие
3	Стоимость услуг	Низкая	Высокая
4	Отношение к клиентам	«Берите, что дают»; «Другого нет, не было и не будет»	«Клиент всегда прав»; «Мы вернем вам деньги по первому требованию»
5	Культура взаимоотношений	Формальное уважение	Реальное уважение
6	Система оказания услуг	Специализированные фирмы, например «Дом быта»	Фирмы, предоставляющие универсальный набор услуг
7	Типы услуг	Массовые, специализированные	Специализированные в универсальном наборе, т.е. по желанию клиента
8	Подготовка кадров	Формальная: «Что бы ни делать, лишь бы ничего не делать»	Активная, направлена на развитие предпринимательских качеств
9	Итоговый результат	Мало услуг, сфера работает, прежде всего, на интересы своих работников	Много разнообразных, индивидуальных услуг, сфера работает в интересах клиента

Из проведенного исследования видно, что в современном понимании сервиса услуги становятся клиентоориентированными, но, к сожалению, до сих пор большинство их направлено преимущественно на обеспеченных людей.

В последнее время, а именно за последние 10-15 лет, в отечественном

сервисе появляются все новые и новые разновидности услуг, с которыми общество советского периода не сталкивалось. Например, множество услуг связанных с банковской и финансовой сферах, а именно: консалтинг, инжиниринг, лизинг; психологическое и семейное консультирование, шоу-бизнес, игровые услуги и т.п.

Для того чтобы сфера услуг функционировала и приносила фактическую пользу для экономики и эмоционального состояния общества ей, как и другой любой сфере деятельности, стоит соблюдать ряд норм и правил, которые помогут ей держаться стабильности и избегать фатальных ошибок. Рассмотрим некоторые из них:

- необязательность использования услуги, т.е. фирма не должна навязывать потребителю сервис;

- обязательность предложения, т.е. фирма, которая выпускает изделия, нуждающиеся в сервисе, в обязательном порядке должна его предоставлять или она обречена на поражение в конкурентной борьбе;

- эластичность. Разнообразие и широкий выбор сервисных мероприятий: от минимально необходимых до максимально целесообразных.;

- удобство сервиса предполагает предоставление услуг в таком месте, в такое время и такой форме, которые будут устраивать потребителя;

- техническая адекватность сервиса, т.е. технический уровень оборудования и технологии сервиса должны быть адекватны производственному уровню;

- информационная отдача сервиса. Предполагается, что служба сервиса может выдать большой объем информации о всех сторонах эксплуатации товаров, об оценках и мнениях клиентов, поведении и приемах сервисной деятельности конкурентов;

- разумная ценовая политика в сфере услуг. Сегодня идею ценообразования в сервисе можно выразить так: сервис является не столько источником дополнительной прибыли, сколько он является стимулом для приобретения товаров фирмы и инструментом укрепления доверия покупателей к ней;

- гарантии соответствия производства сервису. Соизмерение производственных мощностей с возможностями сервиса.

Также нельзя забывать и о производственной этике, ведь фирма и клиент в сфере сервиса являются партнерами, а в данной области очень трудно соблюдать формальный контроль. Поэтому здесь помогает только этика, в основе которой лежит лишь честность и справедливое отношение к партнеру [1].

На момент сентября 2015 года в России в условиях экономического кризиса, высокой инфляции и нестабильности курса рубля можно все же заметить, что деловая активность сектора услуг после августовского падения вновь начала расти, эти данные привела компания Markit после

проведенного исследования. По их мнению, данный процесс произошел за счет увеличения новых заказов. Эти данные подтверждены опубликованной статистикой, по которой индекс PMI33 повысился в сентябре до 51,3 пункта с 49,1 в предыдущем месяце. Для пояснения необходимо сказать, что значение 50 пунктов представляет собой рост активности сектора, значение ниже 50 – его спад. Здесь необходимо исключить сезонность и отметить, что в сентябре ряд компаний связали оживление своей деловой активности с более высоким уровнем нового бизнеса, темпы роста которого были невысокими.

В тоже время сентябрь стал уже шестым месяцем увеличения объема новых заказов российских поставщиков услуг подряд. Рост заказов проявился у компаний сектора связи, а также у компаний финансовой сферы, другие же компании отчитались в трудностях и сложных рыночных условиях. Рост индекса PMI в секторе услуг после долго спада является продолжительным моментом, но не стоит переоценивать эти данные. Известный аналитик ИФК «Солид» А. Гулиев предупреждает, что на фоне сокращения реальных доходов населения и достаточно высокой инфляции рост не выглядит стабильным и скорее всего здесь можно сказать лишь о некой коррекции после длительного спада[3].

Таким образом, можно сказать, что рост сферы услуг в России только набирает мощь и для того чтобы сервис стал представлять собой своеобразный мотор экономического развития и повышения благосостояния общества необходимо правильно и грамотно вести свой бизнес и избегать различных ловушек и ошибок в процессе своего делопроизводства.

Использованные источники:

1. Горностаева Ж.В., Сорокина Ю.В., Красковская А.С., Бормотова Е.О. Анализ и оценка качества услуг на примере почты России и разработка мероприятий по их улучшению Science Time. 2015. № 4 (16). С. 180-191.
2. Индекс PMI [Электронный ресурс] URL: http://investments.academic.ru/984/%D0%98%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81_PMI (дата обращения 05.03.2016)
3. Современной состояние и перспективы развития сервиса в России [Электронный ресурс] URL: http://otherreferats.allbest.ru/management/00128663_0.html (дата обращения 05.03.2016)

³³ PMI (Project Management Institute) (services) - индекс_деловой_активности в секторе услуг - Он представляет собой результаты опроса менеджеров в сфере услуг с целью оценки изменений, происходящих в этой отрасли.

Оглавление

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ	3
<i>Kabdollayeva D.K., Abdramanova G.K., HOSSPITALITY MANAGEMENT IN KAZAKHSTAN</i>	3
<i>Niyazova Naima, DECISION WHICH IS PROVIDING OF EFFECTIVE MOVING OF LIMIT OF WATER AND GAS IN NORTHERN NISH AN MINE</i>	5
<i>Азизов М.Н., ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ</i>	8
<i>Амбарцумян С.Е., ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ ОРГАНИЗАЦИИ</i>	10
<i>Амплиев Е.А., Шилов А.К., УСТРОЙСТВО КРИПТОГРАФИИ В БИОМЕТРИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ, СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И УЯЗВИМОСТИ</i>	12
<i>Анисимов И.Н., Бенько Е.В., ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА 2014-2016 ГГ. НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ И СТРАН БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ</i>	14
<i>Антоненкова С.И., ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ</i>	18
<i>Артюхина А. С., Аверьянова Г.А., РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ НА ПРИМЕРЕ ВНЕКЛАСНОЙ РАБОТЫ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЕ</i>	21
<i>Афтахова Р.Х., ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ</i>	24
<i>Ахметзянова Д.М., МАНИПУЛЯЦИИ И «ГРЯЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ</i>	26
<i>Ахметова А.Р., ОРГАНИЗАЦИЯ И ВВЕДЕНИЕ ДИСКУССИЙ</i>	28

<i>Аюшева Д.Ц., ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ</i>	31
<i>Бадеева Л.С., РАЗВИТИЕ И МОДЕРНИЗАЦИЯ РОССИЙСКИХ МОНОГОРОДОВ</i>	34
<i>Бартеньева В.Г., ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ «КАНРТИ» В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ</i>	37
<i>Бартеньева В.Г., СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРЬЕРА МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ</i>	41
<i>Бибанина Ю.М., АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОСТУПЛЕНИЯ НДС В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ</i>	43
<i>Билалова И.Р., ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ</i> .	50
<i>Битакова М.Э., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ</i>	52
<i>Бояринова В.И., ПРАКТИКА ВОЗМЕЩЕНИЯ «ГОНОРАРА УСПЕХА» В СОСТАВЕ СУДЕБНЫХ РАСХОДОВ</i>	55
<i>Бранчуков А.Д., СОТОВЫЕ СЕТИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ</i>	58
<i>Булатов Д.М., Овчинникова И.В., ОПТИМИЗАЦИОННОЕ НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ</i>	61
<i>Бутенко Н.А., ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА В КОНТЕКСТЕ ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ</i>	64
<i>Валиахметова И.Д., РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ПИСЬМА</i>	67
<i>Валиахметова Р.Р., ТИПЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ: РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЕННЫЙ</i>	70
<i>Вардикян Р.В., РАЗРЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ</i>	73
<i>Вартамян И.О., ФОРМИРОВАНИЕ СВЕДЕНИЙ ГКН ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КАДАСТРОВЫХ РАБОТ</i>	76
<i>Вершинина О.М., СОЦИАЛЬНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ КАК МЕТОД ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ</i>	79
<i>Водопьянова П.А., ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АУТСОРСИНГА В РОССИИ</i>	81
<i>Волков С.А., БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ</i>	84
<i>Газизов Р.Р., ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА</i>	88
<i>Галяева Л.Е., Конинская О.А., РАЗВИТИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ</i>	90

<i>Ганина А.А.</i> , СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ДЕВИАНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ	96
<i>Ганина А.А.</i> , ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПАТОЛОГИИ, ЕЕ ОСОБЕННОСТИ И ЭЛЕМЕНТЫ	99
<i>Гасоян Г.В.</i> , ПРАВОВОЙ СТАТУС АРБИТРАЖНОГО УПРАВЛЯЮЩЕГО.....	102
<i>Гимранова Л.В.</i> , ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕФОННОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.....	105
<i>Гомбоева Ж.Д., Хардаев Н.Э.</i> , ПОНЯТИЕ «САМОРАЗВИТИЕ РЕГИОНА» И ЕГО МНОГОАСПЕКТНОСТЬ	107
<i>Гончарова Е.С., Дудник Т.А.</i> , ГЕЙМИФИКАЦИЯ – КАК НОВЕЙШИЙ МЕТОД МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА	111
<i>Горина Е.В.</i> , РЕАЛИЗАЦИЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ «ПОДДЕРЖКА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ АНАЛИЗЕ ИНВЕСТИЦИЙ»	113
<i>Горячева О.Н., Фаррахова А. В.</i> , КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ ...	118
<i>Гришин А.В.</i> , ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	120
<i>Гусева П.А.</i> , СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ И ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....	123
<i>Джабраилова И.В., Омельченко П.Н., Вдович С.А.</i> , КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА.....	126
<i>Дидманидзе М.Р.</i> , ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В КОЛЛЕКТИВЕ.....	129
<i>Долгополов А. Ю.</i> , ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА .	132
<i>Донченко Ю.А.</i> , РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.....	135
<i>Евдокимова С. С., Сидельников Д. А.</i> , СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	137
<i>Елисеева О.В.</i> , ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ФИРМ.....	143
<i>Есина К.С.</i> , ОПРОС В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ	147
<i>Жакупов Д.Т.</i> , ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЯЗЫК И ЕГО ОСОБЕННОСТИ	150

<i>Жалғас А.С., ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ЗАМАНАУИ ЖАҒДАЙЫ</i>	153
<i>Жеентаева Ж.К.. ЭКОЛОГО-ФАУНИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГЕЛЬМИНТОВ ЧЕЛОВЕКА, ВСТРЕЧАЕМЫХ В АЛАЙСКОМ РАЙОНЕ ОШСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	155
<i>Закиров И.И., ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ</i>	159
<i>Закирова С.И.. Фищенко Р.Р., КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ И ПРИЕМЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ</i>	162
<i>Захарченко. А.Д., Шилов. А.К., ПРИНЯТИЕ МЕР ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ИНСТИТУТАХ</i>	165
<i>Зиотдинова А.Б., РОЛЬ ЛИДЕРА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ</i>	167
<i>Зорина С.И., Манцевич И.В., ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА</i>	170
<i>Зорицова Н.С., ПЛАНИРОВАНИЕ РЕСУРСОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ</i>	173
<i>Игнатъев В.В., ОПЕРАЦИИ БАНКА С ПЛАСТИКОВЫМИ КАРТАМИ (НА ПРИМЕРЕ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА)</i>	177
<i>Ильина М.С., ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА</i>	180
<i>Исянова Д.Д., РАЗНОВИДНОСТИ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ</i>	182
<i>Кабдырова Г.Т., ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ В РАМКАХ ТЕРМИНОСИСТЕМЫ «БАНКОВСКОЕ ДЕЛО» И ИХ ПЕРЕВОД</i>	185
<i>Калимуллина Э.М.. СОВРЕМЕННЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА СВЯЗИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИХ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ</i> ..	189
<i>Камбулатова З.Ф., ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ И ЭТИКЕТА</i>	192
<i>Кенжаев Б.О.. Каршиева Н.Х., Низамов О.Х., ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В УЗБЕКИСТАНЕ</i>	194
<i>Кених Н.В., СЕРТИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ КАК МЕРА ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ПОЯВЛЕНИЯ НИЗКОКАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КОРЗИНАХ</i>	198
<i>Козлова М.А., Виноградова Ю.В., Масленикова Т.В., ТИПОЛОГИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ</i>	201
<i>Колмакова Е.Н., ОБЗОР ОСОБЕННОСТЕЙ ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ KOTLIN</i>	208
<i>Комеков С. Д., К ВОПРОСУ О СООТНОШЕНИИ ПРАВОВОЙ ПРОЦЕДУРЫ И ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА</i>	211

<i>Крыгин З.В.</i> , ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ, СПЕЦИАЛИСТОВ И СЛУЖАЩИХ	213
<i>Кудряков С.А.</i> , ОБУЧЕНИЕ НА ОСНОВЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ КОМПЛЕКСОВ: ПРОБЛЕМА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ.....	216
<i>Кулекенов М., Баймбетова А.Б.</i> , ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ РР.....	221
<i>Куликова И.М.</i> , ИСТОРИОГРАФИЯ КУЛЬТУРЫ СЕВЕРА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В XVIII-начале XX вв. С ПОЗИЦИЙ РЕГИОНАЛИСТИКИ.....	223
<i>Курасов А.В.</i> , ИНВЕСТИЦИОННЫЙ И СПЕКУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ	230
<i>Курбанова Н.М., Раббимов У.Ш., Суллеев М.А.</i> , РАЗРАБОТКА РАСХОДОМЕРА ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДОМ УГОЛЬНОЙ ПЫЛИ.....	237
<i>Кучукова Н.М., Ляпустина О.А., Яшкина А.Л.</i> , НОВОЕ В ПОРЯДКЕ ИСПРАВЛЕНИЯ ОТЧЕТНОСТИ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	242
<i>Лазаревский П.П., Романенко Ю. Е.</i> , ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОСОПРОТИВЛЕНИЯ КВАРЦИТОВ РАЗЛИЧНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ ПРИ НАГРЕВЕ	245
<i>Латыпова Г.Ф.</i> , САНКЦИИ: СУЩНОСТЬ И ПОСЛЕДСТВИЯ	249
<i>Лещева Д. В., Герасимова В.Г.</i> , АНАЛИЗ ДАННЫХ В СИСТЕМЕ POLYANALYST.....	252
<i>Лещева Д. В., Герасимова В.Г.</i> , КРАТКИЙ ОБЗОР СИСТЕМЫ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ DEDUSTOR.....	254
<i>Ли А.С., Поленок А.Е.</i> , УЧЕТ ФАКТОРОВ РИСКА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА	255
<i>Липунова Л.В.</i> , ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЕ УЧЕНИЕ Ф. НИЦШЕ. ВОЛЯ К ВЛАСТИ	259
<i>Липунова Л.В.</i> ,ПРОЕКТ «ВЕЧНОГО МИРА» И. КАНТ	265
<i>Лутфрахманова Д.У.</i> , ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ	270
<i>Ляпунов И.В.</i> , МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКОВ.....	273
<i>Макарова А.О.</i> , РОЛЬ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ РОССИИ И КИТАЯ	276
<i>Максютова Л.А.</i> , ОРГАНИЗАЦИЯ И ВЕДЕНИЕ ДИСКУССИЙ.....	279

<i>Маханьков Е.С.</i> , КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	282
<i>Махмутова Р.Ф.</i> , К ВОПРОСУ О СООТНОШЕНИИ ПОНЯТИЙ «ЮРИДИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС» И «ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОЦЕДУРА».....	295
<i>Мехтиева Н.К.</i> , КОМПЕНСАЦИИ ЗА НАРУШЕННОЕ ПРАВО НА СУДОПРОИЗВОДСТВО В РАЗУМНЫЙ СРОК: ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ.....	301
<i>Минибаев М.Р.</i> , ИСКУССТВО НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ	306
<i>Мостовая И.В., Кожанова И.А.</i> , МЕТОДИКА АКТУАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА В ПРЕПОДАВАНИИ ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН В КОЛЛЕДЖЕ И ВУЗЕ	309
<i>Мостовая И.В., Исаева М.А.</i> , УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	313
<i>Муртазина И.А.</i> , ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИНЫ И СЕМЬЯ	319
<i>Мухамедзянов М.М.</i> , СОВРЕМЕННЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА СВЯЗИ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ.....	321
<i>Мытников А.Н., Мытникова Е.А., Семенов Д.А.</i> , ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ТРУДА.....	324
<i>Нажмиддинова Ё., Дадамирзаев М.</i> , ГЛОБАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ В ОБРАЗОВАНИИ	329
<i>Науменко Е.А., Рубан О.Р.</i> , ФАКТОРЫ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	334
<i>Нафикова Э.З.</i> , ОСОБЕННОСТИ ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА.....	339
<i>Нечаев М. А.</i> , КРИТЕРИИ ДЛЯ НАЗНАЧЕНИЯ ВЫЕЗДНЫХ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК. ВЗЫСКАНИЕ НАЛОГОВОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ С АФФИЛИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	341
<i>Нечаев М. А.</i> , СУДЕБНЫЕ ОШИБКИ	345
<i>Никушина А.Н., Сарафанов А.Д.</i> , ДОНСКИЕ ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРКИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	352
<i>Никушина А.Н., Сарафанов А.Д.</i> , «УМНЫЙ» ГОРОД КАК ВЕКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ.....	355
<i>Новикова Т.В., Куршакова Н.Б.</i> , МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ ПОТОКАМИ	358
<i>Носова Д.А.</i> , ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ В ПЕРИОД ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	365

<i>Овчинникова И.В., Шаров А.П., КАТЕГОРИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ, КАК МЕТОД АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ</i>	<i>369</i>
<i>Огородникова И. И., Киселёва Е.А., ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ</i>	<i>372</i>
<i>Пальмов С.В., Французова Е.Н., АЛГОРИТМЫ ПОИСКА АССОЦИАТИВНЫХ ПРАВИЛ</i>	<i>375</i>
<i>Переверзева А.А., ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАДАСТРОВЫХ ОТНОШЕНИЙ</i>	<i>379</i>
<i>Полянис З.В., ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ЮРИДИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА</i>	<i>382</i>
<i>Пучкова Н.В., НАПРАВЛЕНИЯ И СПОСОБЫ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ</i>	<i>385</i>
<i>Рахмонов М.Н., ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ</i>	<i>389</i>
<i>Рожкова П. В., ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....</i>	<i>392</i>
<i>Садриева А.Р., ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО – ЗАЛОГ УСПЕХА ВАШЕГО ДЕЛА</i>	<i>394</i>
<i>Сайранова Ю.С., ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ПО ТЕЛЕФОНУ</i>	<i>397</i>
<i>Сидоркина М.Ю., ПОДДЕРЖКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПОСТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ В 2015 ГОДУ</i>	<i>400</i>
<i>Сидорова А.Н., АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА</i>	<i>403</i>
<i>Смирнова О.В., Казарян М.Т., ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА.....</i>	<i>406</i>
<i>Собирова К.С., Усманбекова Г.У., Маматхонов М.М., АНАЛИЗ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ЕДИНСТВЕННОЙ ПОЧКИ У ДЕТЕЙ.....</i>	<i>409</i>
<i>Солдатова А.П., ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ</i>	<i>412</i>
<i>Солдатова А.П., ЛИЗИНГ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ОСОБЕННОСТИ</i>	<i>415</i>
<i>Солдатова А.П., Солдатова Л.И., ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ</i>	<i>419</i>
<i>Солдатова А.П., Солдатова Л.И., АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАШИННО-ТРАКТОРНОГО ПАРКА И ГРУЗОВОГО АВТОТРАНСПОРТА</i>	<i>422</i>

<i>Старожилова О.В., Чуйков В.А., МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШТРАФНЫХ ФУНКЦИЙ ДЛЯ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ЗАДАЧ</i>	426
<i>Синагулова Р.Р., РАЗНОВИДНОСТИ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА</i>	427
<i>Сырямина Н., ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ</i>	431
<i>Сырямина Н., СТРАТЕГИЯ ОПТИМИЗАЦИИ КАЧЕСТВЕННОГО СОСТАВА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БИОХИМИК»</i>	438
<i>Сырямина Н., СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ</i>	445
<i>Сырямина Н., ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА ФИНАНСОВОЙ ИНЖЕНЕРИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ</i>	452
<i>Сырямина Н., АРХИТЕКТУРНЫЙ ПОДХОД К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ</i>	459
<i>Тавабилова Г.И., ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ</i>	464
<i>Ташиматов Х.К., Музафаров А.Р., ОСОБЕННОСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ МАЛЫХ ГЭС КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ</i>	466
<i>Тирская М.А., ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ</i>	477
<i>Терещенко Э.Ю., Миколайчук А.А., АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ</i>	480
<i>Турсиналиева А.М., Насиров Р., ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА ЭПР СПЕКТРОСКОПИИ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ АСФАЛЬТЕНОВ В НЕФТИ</i>	488
<i>Тыдыкова Т.Д., Буйная Е.В., БЮДЖЕТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ</i>	491
<i>Тыдыкова Т.Д., МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА</i>	493
<i>Тыдыкова Т.Д., БЮДЖЕТНЫЙ ПЕРИОД И БЮДЖЕТНЫЙ ЦИКЛ</i>	499
<i>Упоров И.В., ИСТОЧНИКИ И ПОНЯТИЕ ЕСТЕСТВЕННЫХ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА</i>	501
<i>Урбаева А.П., РЕДУПЛИКАЦИЯ КАК ХАРАКТЕРНЫЙ ПРИЗНАК АВТОНОМНОЙ ДЕТСКОЙ РЕЧИ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)</i>	506
<i>Усманов А.С., РАЗВИТИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО АНТИМОНОПОЛЬНОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ В УЗБЕКИСТАНЕ</i>	510

<i>Файзиев З.А.</i> , ПУТИ АКТИВИЗАЦИИ РЫНКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ УЗБЕКИСТАНА	514
<i>Фетюхин В. И., Шаинев П.Д., Половой К.А.</i> , ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКОНОМИКИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ.ВНУТРЕННИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ РЕГИОНА	518
<i>Фищенко Р.Р., Закирова С.И.</i> , ИСКУССТВО НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ.....	524
<i>Халтаева С.Р., Хардаев Н.Э.</i> , ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	526
<i>Хамидулин М.Б.</i> , ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР УЗБЕКИСТАНА.....	532
<i>Харитонова М.Н.</i> , МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ	538
<i>Хасанова Л.Р.</i> , ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН	541
<i>Хемраева А.Р., Рябикова Н.Е.</i> , ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.....	544
<i>Хисматуллина Д.И.</i> , ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ЭТИКИ В БИЗНЕСЕ	548
<i>Цепок И.М.</i> , АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ И ПУТИ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	551
<i>Черникова А.Е.</i> , ТРАНСПОРТНЫЙ КОМПЛЕКС КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ.....	554
<i>Чеснокова Н.А.</i> , ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ОСВИДЕТЕЛЬСТВОВАНИЯ ПО УГОЛОВНЫМ ДЕЛАМ О ПРИЧИНЕНИИ ВРЕДА ЗДОРОВЬЮ ИЗ ХУЛИГАНСКИХ ПОБУЖДЕНИЙ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ	557
<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ РИСКА.....	562
<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , ПРИМЕНЕНИЕ НАИЛУЧШИХ ДОСТУПНЫХ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ	572

<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , КОНСТРУКЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ	576
<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , ГЕОДЕЗИЧЕСКИЕ ИЗМЕРЕНИЯ ОПОРНЫХ СТОЕК ШАРОВЫХ РЕЗЕРВУАРОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ЭКСПЕРТИЗЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	582
<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , РАСЧЕТЫ ПРИ ЭКСПЕРТИЗЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЯМОУГОЛЬНЫХ ЕМКОСТЕЙ ХИМИЧЕСКИХ ПРОИЗВОДСТВ.....	585
<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , РАСЧЕТНОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ УСЛОВИЙ ЭКСПЛУАТАЦИИ ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ ЦИЛИНДРИЧЕСКОЙ ЕМКОСТИ	589
<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , РАСЧЕТНОЕ ОБОСНОВАНИЕ ДОПУСТИМОСТИ ДЕФЕКТОВ ФОРМЫ КРОВЛИ ИЗОТЕРМИЧЕСКОГО РЕЗЕРВУАРА СУГ	593
<i>Четвертухин Н.В., Ларионов М.В., Чернобров А.Р., Журавлев М.Д., Широин Е.В.</i> , ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО КОРРЕКТИРОВКЕ СРОКОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ДИАГНОСТИРОВАНИЯ ИЗОТЕРМИЧЕСКИХ РЕЗЕРВУАРОВ СЖИЖЕННЫХ ГАЗОВ.....	601
<i>Чивилева Е. М.</i> , ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	604
<i>Чудаева Д.И.</i> , ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ.....	607
<i>Чупров К.Н.</i> , СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	611
<i>Шагалина Л.Р.</i> , ИСКУССТВО ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА	614
<i>Шарифгалиева Г.Т.</i> , ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ЖЕНЩИН И СЕМЬЯ	616
<i>Шафеева Э.М.</i> , ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В КОЛЛЕКТИВЕ. ОСНОВНЫЕ ТИПЫ ЛИДЕРОВ	619
<i>Шевырталова В. В.</i> , ОСНОВЫ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ	621
<i>Шестаков В.Ф.</i> , ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОГО АВТОПРОМА	624

<i>Шокиров А.А., Муколянц А.А., Раббимов У.Ш.,</i> ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАСХОДА ВОДЫ ЧЕРЕЗ ПЕРФОРАЦИИ ВДОЛЬ ПУТИ ТРУБЫ УВЛАЖНИТЕЛЯ	630
<i>Юрченко К. А.,</i> ОБРАЗОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА ПУТЕМ ВЫДЕЛА В СЧЕТ ЗЕМЕЛЬНОЙ ДОЛИ ИЛИ ЗЕМЕЛЬНЫХ ДОЛЕЙ ИЗ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ	633
<i>Юсупов И. Ю.,</i> ВАРИАТИВНЫХ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФИЗКУЛЬТУРНО - ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И РАЗВИТИЕ ФИЗИ - ЧЕСКИХ КАЧЕСТВ У ДЕТЕЙ 6 – 12 ЛЕТНОГО ВОЗРАСТА	638
<i>Якунин С.А.,</i> УПРАВЛЕНИЕ РИСКОМ И ДОХОДНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	653
<i>Ярмиева З.А.,</i> ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА	656
<i>Яфаева Р.М.,</i> ЭТИКЕТНЫЕ НОРМЫ ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА	660
<i>Сарафанов А.Д., Никушина А.Н.,</i> БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДОВ РОССИИ	660
<i>Темиржанова К.Б.,</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НЕКОТОРЫХ ОТРАСЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ	663
<i>Юсупов Ш.А.,</i> ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЖКХ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ	666
МЕДИЦИНА И ЗДОРОВЬЕ	670
<i>Машарипов А.С., Салойдинов А.Ш., Арифджанова Ж.Ф.,</i> ОЦЕНКА ПОВРЕЖДЕНИЙ ПРИ ЧЕРЕПНО-МОЗГОВОЙ ТРАВМЕ	671
<i>Ниязов Ш.Р., Усманхаджаев А.А., Арифджанова Ж.Ф.,</i> ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ ХРОНИЧЕСКОГО ГНОЙНОГО СРЕДННГО ОТИТА	674
<i>Салойдинов А.Ш., Жумаева Н.Б.,</i> МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ПАТОЛОГИЙ КОСТНОЙ ТКАНИ ПРИ САХАРНОМ ДИАБЕТЕ	676
ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕДАГОГИКА	679
<i>Безновская В.В., Коваленко Н.В.,</i> РОЛЬ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	680
<i>Ильина Н.В., Яковлева Т.В.,</i> АНАЛИЗ ПРОЕКТА ПО ФАКТАМ САМОВОЛЬНЫХ УХОДОВ ВОСПИТАННИКОВ ИЗ ШКОЛЫ ЗАКРЫТОГО ТИПА	685
<i>Кожина Л.Ф., Косырева И.В., Акмаева Т.А.,</i> КУРАТОРСТВО – НЕОТЪЕМЛИМАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНСТИТУТА ХИМИИ СГУ	689

<i>Мудрая М.В.,</i> О РАЗРАБОТКЕ ЗАДАЧ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА».....	694
<i>Сенченко О.И.,</i> МАРКЕТИНГ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНАХ: НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ	702
<i>Серебрякова Ю.В.,</i> СОЗДАНИЕ СМЫСЛОВЫХ АЛГОРИТМОВ ВТОРОГО УРОВНЯ НА СЕМИНАРАХ ПО ФИЛОСОФИИ	705
<i>Сударикова А.В., Целуйкина Т.Г.,</i> ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫЕ КАЧЕСТВА БУДУЩИХ УПРАВЛЕНЦЕВ	708
<i>Ханыкин А.И., Яковлева С.С.,</i> СТАТИСТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА	711
Международная научно-практическая конференция, "СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА:ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ"	714
<i>Алёхина Е.С., Джабраилова К.А.,</i> ОСОБЕННОСТИ СЕРВИСА В СФЕРЕ УСЛУГ	714
<i>Алехина Е.С.,</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ	716
<i>Алехина Е.С., Лунченкова Н.В., Свинарёва Ю.А.,</i> РОЛЬ ПОСЛЕПРОДАЖНОГО СЕРВИСА В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ	719
<i>Алехина Е.С., Удовкина А.С.,</i> ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ РИЭЛТОРСКОГО АГЕНТСТВА	722
<i>Аракелян А.А., Алёхина Е.С.,</i> АНАЛИЗ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ, ОПТИМИЗИРУЮЩИХ РАБОТУ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ, И СПОСОБСТВУЮЩИХ ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ ПРОДАЖ.....	724
<i>Арутюнова Д.В., Семченко Т.Г.,</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА FOOD-ИНДУСТРИИ	728
<i>Арутюнян М. Р., Арутюнян Л. Р., Сорокина Ю.В.,</i> АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ ГОРОДА ШАХТЫ	732
<i>Береза Н.В., Золотовская А.А.,</i> ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ И УРОВНЯ СЕРВИСА	736
<i>Бормотова Е.О., Воронина Е.В.,</i> ИМИДЖ РИЭЛТОРА КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ФИРМЫ.....	739
<i>Бурякова О.С., Шабельник Л.С.,</i> ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ В ИТ-СТРУКТУРЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ	741

<i>Буряков С.А., Мишина Е.Б., Алехина Е.С.,</i> СЕРВИСНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ НЕКОММЕРЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА	744
<i>Воронина Е.В., Береза Н.В.,</i> ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	746
<i>Глаголева Л.Э., Коротких И.В.,</i> ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КАЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОЛУФАБРИКАТОВ ВЫСОКОЙ СТЕПЕНИ ГОТОВНОСТИ	751
<i>Горбаткова А.Ф.,</i> ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ КАК СДЕРЖИВАЮЩИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СЕРВИСА.....	753
<i>Горбаткова А.Ф.,</i> ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ КАК АКТИВНО РАЗВИВАЮЩИЙСЯ ВИД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	756
<i>Горностаева Ж.В., Щербакова Н.В., Алехина Е.С., Пахомова А.И.,</i> ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРА СЕЗОННОСТИ НА ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ	760
<i>Григорян М.Р.,</i> АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	765
<i>Добрынина Д.А.,</i> РЫНОК С АСИММЕТРИЧНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ.....	772
<i>Дуванская Е.В., Бессмертная Т.Ю.,</i> ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА	775
<i>Дуванская Е.В., Зудина Л.А.,</i> ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ.....	779
<i>Дуванская Е.В., Капленко К.Ю.,</i> ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО СЕРВИСА НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	781
<i>Дуванская Е.В., Махоркина Л.С.,</i> ПРОБЛЕМЫ СЕРВИСА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ	784
<i>Егоров В.И., Сорокина Ю.В., Буряков С.А.,</i> СТРАХОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ, КАК РАЗНОВИДНОСТЬ СЕРВИСА	786
<i>Елисеева Т.П., Сенькив А.В., Ежова И.М.,</i> ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ	790
<i>Жидков В.Е., Лазарева Н.В.,</i> ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ ХАССП – ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ	793
<i>Заикина М.Н., Горностаева Ж.В.,</i> ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ	797

<i>Зайцева А.Н., Пахомова А.И.,</i> ВЛИЯНИЕ ФИРМЕННОГО СЕРВИС-СТИЛЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	801
<i>Иванова Е.В.,</i> ПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ МЕНЕДЖЕРОВ ТУРАГЕНТСТВ В ПРЕДОСТАВЛЕНИИ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ	802
<i>Исаева Е.В., Мысова О.С.,</i> АДАПТАЦИЯ СОТРУДНИКОВ В ГОСТИНИЦЕ	808
<i>Калашиникова Е.А., Алехина Е.С.,</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА	812
<i>Кандитская Г.С., Щербакова Н.В.,</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ И КАК ЕЕ ПОВЫСИТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ ПИТАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПИЦЦЕРИИ.....	815
<i>Кондратьева И.В.,</i> ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА.....	817
<i>Коноплёва Л. С., Коноплёв Н. Н., Курилович М.А.,</i> ВОСПИТАНИЕ ЛИЧНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ.....	820
<i>Коноплёва Л.С., Коноплёв Н.Н., Курилович М.А.,</i> ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЧНОСТИ ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА – «ГОМО СОВЕТИКУС».....	823
<i>Коростылёва Д.А., Кушнарёва И.В.,</i> ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ В СВЯЗИ С РАЗВИТИЕМ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА	827
<i>Лемешко С.В.,</i> ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ В НЕДВИЖИМОСТИ	830
<i>Литвинова И.Е.,</i> ОБЗОР ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ ЧАСТНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ	833
<i>Лунченкова Н.В., Фидюлин А.В.,</i> ПРИМЕНЕНИЕ БАЗ ДАННЫХ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ НЕДВИЖИМОСТИ	835
<i>Мельникова Н.Ю.,</i> КОНСАЛТИНГ В УПРАВЛЕНИИ ОБЪЕКТАМИ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ	841
<i>Мишина Е.Б., Сорокина Ю.В.,</i> ИНФОРМАТИЗАЦИЯ КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА	844
<i>Моисеева А.В.,</i> ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ.....	848
<i>Монова А.В., Баклакова В.В.,</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ ...	850

<i>Нагай Н.Г., Васильева О.А.,</i> ТЕХНОЛОГИЯ ДИНАМИЧЕСКОГО ПАКЕТИРОВАНИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ТУРАГЕНТСКОГО БИЗНЕСА.....	854
<i>Пахомова А.И.,Алешина К.Ю.,</i> СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ	857
<i>Пахомова А.И., Данилова Е. В.,</i> АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	859
<i>Плотникова М.А.</i> ПРОЦЕСС КОНТАКТА МЕЖДУ КЛИЕНТОМ И АГЕНТОМ НЕДВИЖИМОСТИ.....	861
<i>Погодина Е.А.,</i> ПРАВОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПРИ ОПЕРАЦИЯХ С НЕДВИЖИМЫМ ИМУЩЕСТВОМ.....	863
<i>Подрез А.И.,</i> ЧТО ТАКОЕ ЧАСТНЫЙ ДЕТСКИЙ САД, ЧЕМ ОН ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ГОСУДАРСТВЕННОГО И КАКОВЫ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЧАСТНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ В ТАГАНРОГЕ	865
<i>Подрез А.И.,</i> ЧТО ТАКОЕ ЧАСТНЫЙ ДЕТСКИЙ САД, ЧЕМ ОН ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ГОСУДАРСТВЕННОГО И КАКОВЫ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЧАСТНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ В ТАГАНРОГЕ	867
<i>Приходько А.Г., Бурякова О.С.,</i> РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА	870
<i>Рязанцева И.С., Кашинцев К.С., Кушнарёва И.В.,</i> КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА РОСТОВКОЙ ОБЛАСТИ.....	873
<i>Свинарёва Ю.А.,</i> ЗНАЧЕНИЕ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА	876
<i>Склизкова Ю.С., Пахомова А.И.,</i> СЕРВИСНЫЕ ИННОВАЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	879
<i>Сорокина Ю.В., Баклакова В.В., Свинарёва Ю.А.,</i> ВЛИЯНИЕ ЮЗАБИЛИТИ САЙТОВ НА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ ФИРМЫ	883
<i>Сорокина Ю.В., Хромушина В.Н.,</i> РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ И УРОВНЯ СЕРВИСА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	886
<i>Уланова К.Н.,</i> РОЛЬ СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ.....	888
<i>Фурсов В. А.,</i> МАРКЕТИНГ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ФУНКЦИЙ СЕРВИСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	889
<i>Цыбулько В.В.,</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ	897

<i>Чернова К.А., Щербакова Н.В.</i> , РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОЦЕССА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПИТАНИЯ	901
<i>Чистова М.В., Колтун И.А.</i> , ФАНДРЕЙЗИНГ И ЭНДАУМЕНТ КАК ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ	904
<i>Шабельник Л.С.</i> , СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕКТОРА УСЛУГ В РОССИИ	911