электронное периодическое издание

ЭКОНОМИКА и социум

ISSN 2225-1545

№ 6(19)-2015

ЭЛЕКТРОННОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

«Экономика и социум»

http://www.iupr.ru

ISSN 2225-1545

УДК 004.02:004.5:004.9

Свидетельство о регистрации
средства массовой коммуникации
Эл № ФС77-45777
от 07 июля 2011 г.

ББК 73+65.9+60.5

Редакционный совет:
Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
СмирноваТ.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 № 6(19) (декабрь, 2015). Часть 1. Сайт: http://www.iupr.ru

© Институт управления и социально-экономического развития, 2015

Антоненко А.А.
студент 3 курса
направление образования «математика и физика»
Можаева Н.А.
студент 3 курса
направление образования «математика и физика»
Брянский государтвенный университет имени академика И.Г.Петровского
филиал в г. Новозыбков
Россия, г. Новозыбков

ФИЗИЧЕСКАЯ КАРТИНА МИРА КАК ПРЕДМЕТ ИЗУЧЕНИЯ В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ ФИЗИКИ

В статье рассматривается школьный курс физики, как система знаний об окружающем мире.

Физическая картина мира конкретизирует философские представления о физических величинах. Понятие «физическая картина мира» рассматривается как особый самостоятельный вид знания, т.е. как физическая модель природы, включающая в себя фундаментальные физические идеи, физические теории, наиболее общие понятия, принципы и методы познания, соответствующие определенному историческому этапу развития физики. В таком виде ФКМ представляется для изучения молодому поколению как предмет изучения физики.

Ключевые слова: физика, картина мира, школьный курс, теории, механика, электродинамика, квантовая теория.

The article discusses the high-school physics, as a system of knowledge about the world.

The physical picture of the world concretized philosophical concepts of physical quantities. the concept of "physical picture of the world" is regarded as a special separate type of knowledge, i.e. as a physical model of nature, including fundamental physical ideas, physical theory, the most General concepts, principles and methods of knowledge related to a certain historical stage of development of physics. In such PCM is being submitted for study to the young generation as the subject of study of physics.

Keywords: physics, picture of the world, school curricula, theory, mechanics, electrodynamics, quantum theory.

Содержание школьного курса физики составляют основы науки-физики, которая представляет собой систему знаний об окружающем мире.

Идеальную модель природы, включающую в себя общие понятия, принципы, гипотезы физики и характеризующую определённый этап ее

развития, называют физической картиной мира (ФКМ).

В физической картине мира конкретизируются философские представления о материи и движении, пространстве и времени, взаимосвязи и взаимодействии. Физическая картина мира является частью естественнонаучной картины мира, которая представляет собой высший уровень обобщения и систематизации всей совокупности естественнонаучных знаний, которая в свою очередь является частью общенаучной картины мира.

Важнейшими компонентами понятийной структуры ФКМ являются:

1. Исходные философские идеи и представления о материи, пространстве и времени, движении и взаимодействии;

2. Физические теории с присущими каждой из них характеристиками (система основополагающих постулатов и принципов, понятийный аппарат, эмпирический базис и т.д.);

3. Система фундаментальных физических идей и принципов, выражающих взаимосвязи между физическими теориям.

В истории физики существовали три физические картины мира: механическая (МКМ), электродинамическая (ЭДКМ), квантово-полевая (КПКМ).

Ознакомление с содержанием механической картины мира традиционно начинается с рассмотрения хорошо известного учащимся явления механического движения. С помощью демонстраций достаточно легко рассмотреть простейшие виды движения (прямолинейное, криволинейное, движение по окружности, колебательное), его характеристики и основные закономерности. Основная задача рассмотрения классической механики Ньютона формирование понятий: относительность, причинность, симметрия. [1, 289]

Основная задача при знакомстве с электродинамической картиной мира-формирование у учащихся представлений о поле как ещё об одном виде физических объектов, существующих в окружающем мире. [1, 289]

Основная задача при изучении релятивисткой картины мира-формирование у учащихся представлений о свойствах пространства и времени окружающего нас мира, основанных на взаимодействии реальных физических объектов. [1, 289]

Основная задача при знакомстве с квантово-статической картиной мира-ознакомление старшеклассников со свойствами квантовых объектов, которые, в частности, являются микрочастицы и электрическое магнитное поле. Характерной особенностью в поведении квантовых объектов является двойственность в проявлении их свойств физических взаимодействиях. [1, 289]

Основным элементом системы физических знаний (СФЗ) является физическая теория. В её структуру входят следующие компоненты:

1.Основание – эмпирический базис (наблюдение явлений, экспериментальные факты, которые послужили отправной точкой развития

теории); модель, т.е. тот идеализированный объект, для которого строится теория; система понятий, включая физические величины и процедуры измерения последних; эмпирические установленные законы;

2. Ядро – физические законы, описывающие изменения состояния материального объекта; законы сохранения; постулаты и принципы; фундаментальные физические постоянные;

3. Следствия – выводное знание; применение законов, входящих в ядро теории; объяснение эмпирических фактов; предсказание нового;

4. Интерпретация – толкование основных понятий и законов; осмысление границ применимости теории.

Связи между физическими теориями многообразны и осуществляются на разных уровнях. Связи между теориями осуществляются и на уровне общих физических принципов, к ним относятся принципы: соответствия, дополнительности, симметрии и причинности.

Принцип соответствия предполагает, что теории, «...справедливость которых установлена для той или иной предметной области, с появлением новых более общих теорий не устраняются как нечто ложное, но сохраняют свое значение для прежней области как предельная форма и частный случай новых теорий.

Принцип дополнительности, подобно принципу соответствия, указывает на то, что знания, полученные на разных уровнях и в разных предметных областях, взаимно дополняют друг друга и позволяют создавать более полную картину явления.

Наиболее заметную роль играет *принцип симметрии* в физике, поскольку все физические законы пронизаны теми или иными свойствами симметрии, которые отражаются в них. С симметрией непосредственно связаны законы сохранения.

Содержание *принципа причинности* менялось с течением времени. В рамках механической картины мира сложилось представление о динамической причинности, суть которой заключается в существовании однозначных связей между причиной и следствием. В частности, состояние тела во время механического движения однозначно определяется его начальным состоянием и действующими силами.

Таким образом, понятие «физическая картина мира» рассматривается как особый самостоятельный вид знания, т.е. как физическая модель природы, включающая в себя фундаментальные физические идеи, физические теории, наиболее общие понятия, принципы и методы познания, соответствующие определенному историческому этапу развития физики. В таком виде ФКМ представляется для изучения молодому поколению как предмет изучения физики.

Использованные источники:

1. Белоус Н.Н. Формирование научного мировоззрения как основная задача изучения естествознания в классах гуманитарного профиля // Актуальные проблемы и естественных наук№10 2009.

2. Интерпретация физической картины мира Н.С. Пурышева (Московский педагогический государственный университет), Р.В. Ругина (Ульяновский государственный университет)// Гуманитарные науки: теория и методология - 2011 - №2.

Бабаева Р.Г.
аспирант 2 курса
кафедра Теоретической и Прикладной Лингвистики
Дагестанский Государственный Университет
Россия, г. Махачкала

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПУБЛИКАЦИЯХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ О ПОЛИТИКЕ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ В.В.ПУТИНА

В статье описываются средства создания негативного образа в публикациях англоязычных СМИ о России и ее лидере В.В. Путине. При помощи анализа текстов качественной британской и американской прессы, мы попытались воссоздать примерный перечень лексических средств, применяющийся отправителями сообщений с целью оказания манипулятивного воздействия на умонастроения читательской публики. Анализ собранного материала преимущественно политической и общеинформационной направленности, показал, что создание отрицательного образа достигается за счет тенденциозной характеристики личности В.В. Путина и его окружения, в частности, и России, в целом, сквозь призму политического фактора.

Ключевые слова: манипулирование, языковые средства, Россия, В.В.Путин, СМИ

Babaeva R.G.
postgraduate student
sophomore year, The Chair of Theoretical and Practical Linguistics
Dagestan State University
Russia, Makhachkala

LEXICAL MEANS OF MANIPULATION IN PUBLICATIONS OF ENGLISH-SPEAKING MASS MEDIA ABOUT POLITICS OF RUSSIAN PRESIDENT -V.V.PUTIN

Abstract: This article describes the means of creating a negative image in the publications of English-speaking media about Russia and its leader Vladimir Putin. By analysis of the texts of qualitative British and American press, we tried to retrace an estimated list of lexical means, used by addressers of messages for providing manipulative influence on the minds of the public readership. The analysis of the collected material, mostly of general political orientation, showed that the creation of the negative image is achieved by tendentious characteristics of V.V. Putin and his circle, particularly, and Russia totally, through the prism of the political factor.

Keywords: manipulation, linguistic means, Russia, Mass Media, Vladimir

V. Putin

В современном мире манипулирование стало регулярной практикой и проникло практически во все сферы социальных отношений. Однако особенно часто оно применяется в политике, психотерапии, рекламе и, конечно же, в СМИ. СМИ не только создают образы и мифы, но и «конструируют» внешне хаотический поток сообщений таким образом, чтобы создать у читателя / слушателя / зрителя / пользователя желаемый образ реальности [4: 40]. Образы в СМИ изначально конструируются как модели влияния на человека, в них закладывается нацеленность на определенные мишени воздействия, такие как архетипы, стереотипы, потребности, ценности, установки и т.д [5: 112]. Несмотря на то, что новостная статья не должна носить явно оценочного характера, анализ новостного дискурса в Интернете показал, что категория оценочности является одним из его характерных свойств. Тексты интернет - новостей ориентированы, главным образом, на создание эмоциональных образов и воздействие на эмоциональную сферу психики людей. Для достижения намеченной цели, а именно реализации процесса манипуляции, журналисты максимально концентрируют в тексте различные приемы и способы манипуляции как на вербальном, так и невербальном уровне, даже если часть реализованных приемов будет дешифрована адресатом. [2:81]. Среди всех способов манипуляции исторически самым «популярным» является языковая манипуляция. В основе языкового манипулирования лежат такие психологические и психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать информацию, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений, провоцируют его на совершение выгодных для манипулятора поступков. Принципиальной и существенной отличительной чертой манипуляции является сокрытие манипулятором истинной цели языкового воздействия на объект. Для языковой манипуляции характерна замена убеждения внушением, которое достигается благодаря созданию эмоционального подтекста высказывания. Так, например, искусный подбор слов позволяет актуализировать в сообщении те или иные оттенки их значений, в результате чего слова несут в тексте двойную смысловую нагрузку и незаметно искажают реальную действительность в представлениях адресата. Иллюзия самостоятельности сделанных реципиентом выводов создается в результате особой организации текста: наиболее важная информация в нем зачастую имплицируется, аргументы преподносятся в завуалированном виде, а высказывания перегружены оценочной лексикой [1: 5-6].

Анализ целого ряда публикаций в англоязычных СМИ, затрагивающих личность президента В.В. Путина и его политику, способствовал воссозданию примерного перечня лексических средств, применяющихся отправителями сообщений с целью оказания определенного воздействия на широкую публику.

К ним относятся:

Прилагательные с отрицательными оценочными коннотациями: *a corrupt and brutal* oligarchy (коррумпированная и жестокая олигархия), *a calloused, out-of-touch modern-day* czar (черствый бессердечный современный царь), *hysterical* behaviour of the Kremlin (истеричное поведение Кремля), *poker-face* – каменное лицо (термин, применяемый между игроками в покер, означающий отсутствие эмоций, умение хранить нейтральный вид в любой ситуации), Putin's *autocratic* rules (диктаторские правила Путина), *stony* visage of Vladimir V. Putin (каменное выражение лица В.В. Путина), *ice-cold* Mr Putin (ледяной Путин),

оценочно-интерпретационные глаголы: punish (наказывать), *rig* (надувать), *harass* (изводить), *banish* (прогонять), *provoke* (провоцировать), *threaten* (угрожать);

наречия: aggressively (агрессивно), *slyly* (хитро);

существительные с семантикой отрицательной оценки: Mr. Putin's palpable *hostility* (явная враждебность Путина), the *capriciousness* of Russia's ruler (капризность российского правителя).

Приведем для примера несколько отрывков:

Poker-face *Putin holds all the cards* [The Telegraph: 14.09.2013].

They [President Putin and his associates] don't respect your dignity or accept your authority over them. They ***punish*** *dissent and imprison opponents. They* ***rig*** *your elections. They control your media. They* ***harass***, ***threaten***, *and* ***banish*** *organizations that defend your right to self-governance", "...a political system that is sustained by corruption and repression and isn't strong enough to tolerate dissent* [The Guardian: 19. 09. 2013].

Mr. Putin was increasingly seen in the West as ***a calloused, out-of-touch modern-day*** *czar* [The New York Times: 12. 09. 2013].

When Mr. Putin returned to the presidency a year ago, he moved ***aggressively*** to stamp out a growing protest movement and silence competing and independent voices [The New York Times: 12. 09. 2013].

Благодаря тому, что оценочное содержание выделенных слов соотносится с их денотативным аспектом, они обладают высоким потенциалом воздействия и служат свидетельством непримиримости и категоричности характера российского лидера, неприемлемой для Запада.

Как показал анализ публикаций из *The Economist, The Washington Post, The Telegraph, The Guardian, The New York Times, The Wall Street Journal* и др., манипуляция является одним из основных элементов коммуникативной политики англоязычных изданий. Специфика коммуникативной политики каждой газеты формируется благодаря градации стратегий по степени их востребованности, а также из набора доминантных тактик. В текстах данных газет самыми распространенными являются стратегия дискредитации и псевдорационально-эвристическая стратегия. Рейтинг доминантных стратегий, тактик, приемов, языковых средств манипуляции создается с учетом особенностей целевой аудитории. Их сочетание позволяет создать у целевой аудитории иллюзию объективного отображения действительности и

сформировать негативное отношение к объекту описания [3: 30]. Таким образом, формирование взгляда на политического лидера России обусловлено, прежде всего, субъективным оценочным мнением автора, вынужденного делать выбор между двумя утверждениями: «Россия – друг» или «Россия – враг». Этим выбором, а также реализацией коммуникативных стратегий осуждения и контраста, мотивируется формирование в тексте статьи различных имплицитных смыслов, связанных с различными фигурами речи и стилистическими приемами. Пытаясь продемонстрировать враждебность России, британские и американские журналисты формируют влияющие на воображение читателя имплицитные смыслы, фокусируют внимание читателя на желании политической элиты России демонстрировать свою силу и вести двойную игру. [6: 120].

Использованные источники:

1. Быкова О. Н. Языковое манипулирование общественным сознанием. // Вест. Красноярского ГУ. Красноярск, 1999. 64с.
2. Иссерс О. С. Речевое воздействие. Уч. пособ. М.: Флинта, 2009. 224 с.
3. Катенева И. Г. Механизмы и языковые средства манипуляции текстах СМИ: автореф. дис. … канд. филол. наук / И. Г. Катенева // Н., 2010. 38 с.
4. Любимова А.А. Языковое манипулирование в СМИ как способ разрушения языковой картины мира и традиционной системы ценностей / А.А. Любимова // Современные вопросы общественно-речевой практики. М.: Макс Пресс - 2005. - С. 25–46.
5. Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ: Уч. пособ. / А.А. Негрышев // Владимир: Изд-во ВГГУ, 2009. – С. 144.
6. Шапиева Д. З. Специфика формирования взгляда на политических лидеров России в начале XXI века в британских и американских СМИ. / Д. З. Шапиева // Урал: Журнал Политическая лингвистика № 1 (43) - 2013. - С. 114–122.

Беляева К.А.
магистрант
факультет социологии
Дронова Е.Н., к.пед.н.
доцент
кафедра социальной работы
Мыльникова А.В.
Магистрант
факультет социологии
Алтайский государственный университет
Россия, г. Барнаул

ТРЕНИНГ СЕМЕЙНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ И ГАРМОНИЗАЦИИ ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Авторы предлагают программу тренинга семейного самоопределения и гармонизации детско-родительских отношений. Программа направлена на

формирование семейных ценностей у молодежи. Программа внедрена авторами в проекте Алтайской краевой женской общественной организации «Отклик» - «Крепка семья корнями».

Ключевые слова: тренинг, семья, семейные ценности, молодежь, обучение.

The authors propose a program of training family self-determination and harmonization of child-parent relationship. The program is aimed at forming family values among young people. The program is introduced by the authors in the project of the Altai regional women's public organization "Response" - "Strong family roots".

Keywords: training, family, family values, youth training.

Формирование семейных ценностей среди молодежи в условиях решения демографических задач государства представляется на современном этапе особенно важным и значимым не только в системе образования, в том числе профессионального, но и в рамках деятельности социально-ориентированных некоммерческих негосударственных организаций, реализующих программы и проекты поддержки семьи и продвижения в обществе семейных ценностей.

Примером такой социальной практики может служить опыт работы с молодежью Алтайской краевой женской общественной организации «Отклик», которая с сентября 2015 года приступила к внедрению в Алтайском крае проекта «Крепка семья корнями». При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 01.04.2015 №79-рп, и на основании конкурса, проведенного Союзом женщин России.

Одно из центральных мероприятий проекта – тренинг семейного самоопределения и гармонизации детско-родительских отношений ,в котором участвуют молодые люди, а также многодетные семьи и семьи – участницы Эстафеты родительского подвига. Благодаря такой целевой группе процесс взаимодействия с участниками выстраивается не только по принципам тренинговой социально-психологической работы (активность, Я-сообщение, взаимодействие и пр.), но и по принципу преемственности, когда старшее поколение является транслятором семейных ценностей для молодых людей.

Цель тренинга, который нами назван «Секреты семейного счастья», заключается в создании условий для интерактивного общения и взаимодействия в поле семейных ценностей многодетных семей и семей-участниц Эстафеты родительского подвига с молодежью, находящейся на этапе семейного самоопределения.

Задачи тренинга: 1) повышение уровня сформированности семейных ценностей у участников; 2) мотивирование молодежи к ответственному супружеству и ответственному родительству; 3) развитие навыков конструктивного общения в семейных отношениях; 4) содействие полилогу

разновозрастных участников по вопросам семейной жизни.

Программа тренинга включает серию упражнений, направленных на решение заявленных задач и достижение поставленной цели.

Упражнение на знакомство «Мое имя». Упражнение выполняется в круге. Задача каждого участника: 1) Представиться – «Меня зовут …»; 2) Ответить на вопрос «Кто и почему Вас так назвал?»; 3) Ответить на вопрос «Нравится ли Вам свое имя?». Упражнение предложены с прогностической функцией, так как при его выполнении участники обращаются к своему прошлому, вспоминают историю своего имени, которая имеет корни в семье.

Упражнение 2. «Моя половинга». Начинается упражнение озвучиванием легенды: «Согласно древнему преданию, люди в далеком прошлом были однополыми, но потом прогневали богов, и те в наказание разделили их на две половины. С тех пор эти две половинки вынуждены все время искать друг друга, искать единственного человека, который поможет осуществить сокровенную мечту о счастье». Молодые люди с закрытыми глазами, трогая кисти девушек, должны найти свою половинку - девушку/жену. Упражнение проводится, если на тренинг приходят семейные пары, молодые пары с намерением заключить брак. В завершении упражнения обсуждаются вопросы: почему вы выбрали именно этого человека, почему остановились на этой руке? Также можно предложить участникам поделиться своей историей знакомства.

Упражнение 3. «Семейные обязанности». Участникам раздаются бланки возможных семейных обязанностей, их необходимо распределить между мужем и женой. Возможный перечень обязанностей: мытье посуды, мытье автомобиля, домашний ремонт, ремонт одежды, уход за садом/огородом, домашняя уборка, покупка продуктов, приготовление еды, стирка, заработок, принятие решений о покупках, уход за ребенком, воспитание детей, планирование отпуска, ведение домашней бухгалтерии и др.

Упражнение 4. «На пороге семьи». Упражнение направлено на актуализацию возможных конфликтов, которые могут возникнуть при создании собственной семьи. Каждый участник получает карточку с ситуацией/вопросом и озвучивает свое решение по ней. Перечень примерных вопросов: как бы вы отнеслись к ревности со стороны вашего возлюбленного/возлюбленной? кто будет заниматься уходом за ребенком, на какую помощь рассчитываете? возможно ли для вас ради семьи поменять работу? имеет ли папа право на равный (или решающий) голос в вопросах воспитания ребенка? как и где хранить деньги? как будете реагировать, если супруга будет готовить не вкусно и однообразно? могут ли родственники вмешиваться в ваши отношения и образ жизни? могут ли друзья оставаться у вас ночевать? как вы будете относиться к вредным привычкам своей половины?

Упражнение «Дерево семейных ценностей». В этом упражнении необходимо получив заготовку «Дерева семейных ценностей» и перечень

возможных семейных ценностей их проранжировать. В корневую систему поместить самые важные ценности, от которых Вы не откажетесь ни при каких условиях, в ствол – важные, но от которых в некоторых случаях можно отказаться, в крону – желаемые, но не обязательные ценности. Перечень возможных семейных ценностей: уважение, забота, семейное проведение праздников, финансовая обеспеченность, здоровье, любовь, взаимопонимание, общие цели, семейные традиции, хобби, образование, связь поколений и др.

Упражнение «Качества». Упражнение предполагает посторенние проекции мужских женских качеств. Девушки/женщины пишут: какими качествами должна обладать женщина (по их убеждению, а также исходя из того, какими качествами они должны обладать, по мнению мужчин). Мужчины выполняют аналогичное задание. После проводится сравнение списка качеств – ожиданий участников.

Упражнение «Готовность к браку» (проводится для молодежи не состоящей в браке). Участникам необходимо по 5-балльной шкале оценить свою готовность к браку (полностью готов – 5 баллов; совсем не готов – 0 баллов). Показатели для оценки: быть верным супругу, взаимно доверять, не ревновать, уважать родителей супруга, выполнять семейные обязанности, совместно распределять семейный доход, противостоять вредным привычкам, рождение ребенка, воспитание ребенка.

Упражнение «Слагаемые укрепления семьи». Все участники пишут на листке бумаги идею, которая, по их мнению, способствует укреплению семьи и налаживанию отношений с детьми, приклеивают их к доске. Затем ведущий по очереди озвучивают идею и все вместе проводят ее анализ.

Василенкова Н.И.
учитель
СОГБОУ «Починковская школа-интернат»
Россия, г. Починок

УЧЁТ ВОЗРАСТНОЙ СЕНЗИТИВНОСТИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРРЕКЦИОННОЙ РАБОТЫ С ПРОБЛЕМНЫМИ ДЕТЬМИ

Статья посвящена исследованию возрастной сензитивности в разных периодах обучения, в разных границах, уровнях, мотивах. Рассмотрено социальное влияние на сензитивный подход, которое предполагает формирование определенной мотивации.

Ключевые слова: сензитивный подход, мотивационная готовность, индивидуальные особенности возрастной сензитивности.

Vasilenkova N. I.,
teacher
SOGBOU "Pochinkovsky boarding school",
Russia, Pochinok

AGE SENZITIVNOSTI'S ACCOUNTING AT THE ORGANIZATION OF CORRECTIONAL WORK WITH

PROBLEM CHILDREN

Article is devoted to research of an age senzitivnost in the different periods of training, in different borders, levels, motives. Social influence on senzitivny approach which assumes formation of a certain motivation is considered.

Keywords: senzitivny approach, motivational readiness, specific features of an age senzitivnost.

Психолог, работая в любом образовательном учреждении, решает многочисленные задачи практической психологии. Как правило, школьные психологи неплохо подготовлены для организации психологической диагностики и психологического просвещения, а вот проведение психологической коррекции вызывает значительные затруднения у многих из них. В школах сложилась практика проведения коррекции познавательной сферы только у учащихся начальных классов. Однако это не означает, что у подростков нет проблем с развитием познавательной сферы, с успеваемостью.

Возможно, объясняется это тем, что в подростковом возрасте на первый план выходят поведенческие проблемы детей, но в то же время и тем, что у школьных психологов сложился стереотип – время упущено и то, что не скорректировали в дошкольном и младшем школьном возрасте, изменить невозможно.

Между тем практическая работа показывает, что это далеко не так. Мы считаем, что и в подростковом возрасте коррекция познавательной сферы будет успешной, если мы будем учитывать при ее организации, разработке коррекционных программ принцип возрастной сензитивности.

Хорошо известно, что тот или иной возрастной период сензитивен, то есть наиболее чувствителен, восприимчив к развитию определенных психических процессов и свойств, психологических качеств личности, а потому и к определенному типу воздействий.

В отечественной психологии одним из первых определил данное явление Л.С. Выготский. Он писал о сензитивных периодах: «В этот период влияния оказывают воздействие на весь ход развития, вызывая в нем те или другие глубокие изменения. В другие периоды те же самые условия могут быть нейтральными или даже оказывать обратное действие на ход развития. Сензитивные периоды совпадают вполне с тем, что мы звали выше оптимальными сроками обучения» [1, с. 235]. Он объяснял сензитивность временным повышением чувствительности психики к внешним воздействиям вследствие незавершенности процессов биологического созревания. Как только какая-либо функция достигает зрелости, она становится нечувствительной к социальному воздействию.

Психологический словарь определяет возрастную сензитивность как «присущее определенному возрастному периоду оптимальное сочетание условий для развития определенных психических свойств и процессов. Преждевременное или запаздывающее по отношению к периоду

сензитивности обучение может оказаться недостаточно эффективным, что неблагоприятно сказывается на развитии психики» [3, с. 357].

Мы считаем, что возрастная сензитивность является периодом устойчивого баланса между социальными и биологическими факторами, влияющим на онтогенез ребенка и создающим наиболее благоприятные условия для развития определенных психических функций. Это конкретные этапы онтогенеза, когда психические свойства и процессы сенсибилизированы к определенному моменту обучения (воспитания) и эта сенсибилизированность процессов является эффектом взаимосвязи биологического созревания функций и научения сложным системам действия. Селективное выпадение биологических или социальных факторов, а также нарушение их баланса в онтогенезе приводят к различным нарушениям возрастной сензитивности и психического развития ребенка в целом. При этом в отличие от понимания природы сензитивных периодов Л.С. Выготским, мы считаем, что социальное воздействие будет эффективным только в том случае, если существуют биологические предпосылки для него. Наступление сензитивного периода определяется функциональным созреванием мозговых структур, внутрикорковых связей, составляющих основу для реализации механизмов тех или иных функций. Даже интенсивное и длительное внешнее воздействие окажется неэффективным, если для него нет биологических предпосылок.

Социальное воздействие оказывается малоэффективным и тогда, когда биологические структуры, к которым оно обращено, не созрели, не готовы к восприятию внешних влияний. По мере их созревания те же самые условия могут стать нейтральными. Не случайно Л.С. Выготский употребляет как синонимы термины «сензитивный» и «оптимальный», периоды. Мы считаем, что в данном синонимическом ряду может стоять и термин, «период готовности» - «момент времени в жизни индивидуума, когда достигнутый им уровень зрелости позволяет ему извлечь пользу из конкретного опыта» [2, с. 21].

Применительно к школьной практике это означает, что у некоторых детей будут наблюдаться изменения верхних и нижних границ возрастной сензитивности. Например, сензитивный период для усвоения учебной деятельности будет находиться не в границах 6-9 лет, а в 7-10 или даже 8-11 лет. Такие индивидуальные особенности возрастной сензитивности могут наблюдаться у следующих категорий учащихся.

1. Дети с нарушением биологической составляющей возрастной сензитивности: соматически ослабленные, имеющие минимальные повреждения головного мозга (например, в результате асфиксии при родах или химической интоксикации плода), дети с ЗПР.

2. Дети с нарушением социальной составляющей: педагогически запущенные дети с нормальным интеллектом.

Практика показывает, что подобные дети в настоящее время составляют до 50% всех учащихся. Именно с этими детьми необходимо

проводить коррекционную работу и именно у них и в подростковом возрасте она будет эффективной, т.к. возрастная сензитивность к внешнему воздействию у этих детей смещена на 1,5-2 года.

Показателем границ возрастной сензитивности может быть уровень морфофункциональной зрелости головного мозга ребенка. Но школьные психологи, как правило, не имеют аппаратуры, способной это определить, не владеют методами нейропсихологии и психофизиологии, а иногда не имеют даже знаний из области возрастной физиологии. Мы считаем, что простым и доступным для диагностики может быть показатель, названный нами «мотивационная готовность».

Общепризнанным в отечественной психологии является понимание мотивации как внутренней, более или менее осознанной причины активности человека. Вопрос о мотивах – это, по существу, вопрос об истоках, в которых берет свое начало тот или иной психический процесс, та или иная деятельность. Признавая наличие сензитивности каким-либо видам деятельности, психическому развитию в целом, мы должны признать и наличие определенной мотивации при этом. Кроме того, социальное влияние считается необходимым условием сензитивного периода, а всякое социально-педагогическое воздействие вызывает и предполагает формирование определенной мотивации. Нельзя научить человека, если отсутствует его собственная активность, желание, интерес.

Таким образом, для определения мотивационной готовности как наличие у субъекта внутренней неосознаваемой установки на принятие внешнего воздействия, положительного отношения к данному воздействию и наличие при этом потребности в достижениях.

Потребности лежат в основе всех других побудителей, в том числе и самых высоких, характерных только для человека. Мотивация достижения имеет место там, где деятельность, направленная на выполнение социальных требований, будучи соотнесенной с определенными нормами, подвергается оценке. Потребность в достижении проявляется в готовности стремиться к чему-либо и быть настойчивым в этом. При сопоставлении стремления и достигнутого, желания и действительности возникает переживание успеха или неудачи, влияющее на направленность и силу последующих стремлений. Мотивация достижения успеха может включать в себя различные мотивы — получения высокой отметки, одобрения взрослым выполняемой ребенком работы, успешности выполнения значимого для ребенка задания (не все они могут быть характерны для каждого ребенка). Мотивационная готовность может быть различного уровня.

Таким образом, динамика мотивационной готовности может выступать индикатором нижних и верхних временных границ сензитивных периодов.

Использованные источники:

1. Выготский, Л.С. Игра и её роль в психическом развитии ребёнка /Л.С. Выготский // Вопросы психики. – № 6. – 1966. - с. 235.
2. Выготский, Л.С. Мышление и речь / Л.С. Выготский – М.: Лабиринт,

1999.
3. Психологический словарь. – М.: Педагогика, 1983. – с. 357.

Грищенко Л.П., к.пед.н.
старший преподаватель
кафедра Экономики и управления в образовании
Чувашова П.И.
студент 4курса
Высшая школа бизнеса
ФГАОУ ВО "Южный федеральный университет"
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСНОВНЫЕ ПРОФИЛИ В ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ "СЕРВИС" В РФ

Аннотация: В статье рассматриваются основные профили по направлению подготовки бакалавриата «Сервис», которые реализуются в настоящее время в вузах Российской Федерации. Необходимость подготовки бакалавров сервиса в области информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) для сервисных организаций продиктована активным внедрение ИКТ в сферу сервиса.

Ключевые слова: профиль, направление подготовки бакалавриата "Сервис", информационные и коммуникационные технологии (ИКТ).

Глобальная информатизация общества, стремительное развитие информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), построение экономики знаний требует сегодня подготовки специалистов нового типа, способных эффективно действовать в условиях информационно насыщенной среды, способных к самообучению и практической реализации перспективных нововведений [3]. С процессами глобализации и информатизации общества XXI века связано развитие сферы сервиса, к которой относят ряд крупных секторов экономики: торговлю, туризм, здравоохранение, финансы, образование, индустрию развлечений и спорта, транспорт, страхование [1], [2].

Сервис – это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями [5]. Современный сервис, как активно развивающаяся сфера экономики, представляет собой информационно-насыщенную область, в которой использование средств ИКТ является необходимым условием современной концепции бизнеса.

Активное внедрение ИКТ в сферу сервиса может являться неотъемлемым условием её успешного развития, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области [4]. Поэтому руководству предприятий сферы сервиса при приеме на работу выпускника стоит

обратить серьезное внимание на его готовность в области применения ИКТ во всех видах профессиональной деятельности: организационно-управленческой, научно-исследовательской, производственно-технологической и сервисной.

Подготовке студентов сервисных специальностей и направлений посвящены работы Ананьевой Т.Н., Ершовой Е.А., Марковой В.Д., Морарь Е.В., Овчинниковой Л.П., Третьяковой Т.Н., Шкабура Е. А. и др. Методические подходы к обучению информатике и ИКТ в рамках государственных образовательных стандартов студентов сервисных специальностей разработаны у Ананьевой Т.Н., Ершовой Е.А., Медникова А.В., Морарь Е.В., Овчинниковой Л.П., Шкабура Е.А., Филиппова В.А. и др., которые могут послужить основой современным исследованиям в рамках ФГОС ВО по направлению «Сервис».

Анализ сайтов высших учебных заведений (Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Казанский федеральный университет, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Поволжский государственный университет сервиса, Новомосковский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева», Вятский государственный университет, Южный федеральный университет, Донской государственный технический университет, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина и др.) показал, что основными профилями, на которые ведется набор абитуриентов по направлению «Сервис» являются: «Социально-культурный сервис», «Сервис в индустрии моды и красоты», «Сервис транспортных средств», «Международный сервис», «Сервис недвижимости», «Сервис в торговле», «Художественно-рекламный сервис»; «Гостиничный сервис и индустрия гостеприимства»; «Конференц-сервис и деловой протокол» и, как наиболее встречающийся, «Информационный сервис». Согласно представленным профилям подготовки, определены профессиональные характеристики будущих бакалавров сервиса в различных областях, из которых можно выделить профессиональные задачи, связанные с областью ИКТ: уметь работать с программным обеспечением и офисным оборудованием, установленным в сервисных организациях, информационными системами управления, Интернетом; осуществлять продвижение услуг сервисных организаций (проводить рекламные кампании, презентации, в т.ч. с использованием средств ИКТ); поиск клиентов, в том числе через Интернет, по электронной почте, по телефону и т.п..

Бакалавры в области профиля «Информационный сервис» могут, как создавать, так и обслуживать различные информационные системы в производстве, бизнесе, транспорте, в административных структурах, разрабатывать и сопровождать базы данных в различных областях и видах

производственной и коммерческой деятельности, создавать и администрировать web-сайты, обслуживать и модернизировать системы менеджмента и маркетинга в телекоммуникациях, включая системы, электронной коммерции, использовать различные системы и сети передачи данных и пр.

Такое положение трактует необходимость подготовки бакалавров сервиса в области ИКТ для сервисных организаций [8, 10].

Анализ федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению 100100 Сервис (бакалавриат), анализ проекта федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 43.03.01 Сервис, позволил выделить следующие компетенции в области ИКТ: ОК-12, ФГОС ВПО; ОК-13, ФГОС ВПО; ПК-7, ФГОС ВПО; ПК-3, проект ФГОС ВО; ОПК-1, проект ФГОС ВО; ППК-2, проект ФГОС ВО [7, с. 25-30]. Согласно анализу современного состояния сферы сервиса, опроса будущих работодателей, опираясь на ФГОС ВПО и проект ФГОС ВО по направлению Сервис, определены следующие общие требования к подготовке будущих бакалавров в области изучения и использования средств ИКТ во всех видах профессиональной деятельности: знание методов и способов получения, хранения и переработки информации, знание основ работы с научной информацией, знание структуры компьютерных сетей, знание аппаратного и программного обеспечения, используемого в профессиональной деятельности, знание основ программирования, знание мировых информационных ресурсов, знание основ электронной коммерции; умение применять средства ИКТ во всех видах профессиональной деятельности, умение соблюдать требования информационной безопасности; умение использовать в профессиональной деятельности правовые базы данных, владение навыками работы в глобальной сети, навыками работы с информационными системами; навыками создания и поддержки баз данных, информационных систем, web-сайтов предоставляемых услуги, навыками создания электронных ресурсов, в том числе и образовательного назначения, навыками работы с программами компьютерной графикой, навыками работы с техническими средствами обработки информации.

Роль квалифицированных кадров в сервисной организации является одной из главенствующих, поэтому целью подготовки по направлению «Сервис» является формирование конкурентоспособных на рынке труда специалистов [6, 9], владеющих необходимыми компетенциями, в том числе в области ИКТ, необходимых для работы в организациях, осуществляющих сервисную деятельность.

Использованные источники:

1. Бажин А.А. Социокультурный статус экономического и юридического образования в модернизирующемся российском обществе[Текст]: дис... канд. соц, наук: 22.00.06Ростов-на-Дону, 2005. - С 47.

2. История экономических учений. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / И.П. Денисова, Л.Р. Клиновенко, А.В. Щербина. - Москва, 2008. - Сер. Экономика и управление
3. Кочеткова О.В., Кочетков А.Б. Роль современных информационных технологий в формировании инновационной образовательной среды вуза. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10000096. - (Дата обращения - 15.09.2015)
4. Курочкин В.Н. Системный подход к исследованию отраслевой экономики. - Вестник аграрной науки Дона, 2013. - № 3 (23). - С. 84-93.
5. Лебедева А.Э. Сервисная деятельность: Учебное пособие. Томск: кафедра ТУ, ТУСУР., 2012. - С 6.
6. Щербина А.В. Конкуренция на региональных рынках профессионально-образовательных услуг: факторы, механизмы, регулирование (на материалах Ростовской области) [Текст]: дис...канд. эк. наук: 08.00.05 - Ростов-на-Дону, 2002.
7. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / А.В. Щербина, В.Н. Курочкин, Л.П. Грищенко /Под ред. д.э.н. проф. А.Ю. Архипова. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 2015. – 196 с.
8 Грищенко Л. П., Курочкин В. Н Актуальные вопросы совершенствования функций управления образованием. Экономика и социум, №5, 2015.
9. Грищенко Л.П. и др. Влияние уровня профессионального развития персонала на результаты использования основных средств / В.Н. Курочкин, Л.П. Грищенко, Е.А. Шкоденкова. - Экономика и социум. – 2015. – № 4 (17) с. 513-516.
10 Мероприятия по реализации резервов профессионального развития предприятия / В.Н. Курочкин, Н.А, Мурсалова, Е.Н. Резницкая. - Экономика и социум. – Теория и практика современной науки, 2015, №4.– с. 137-139.

Грищенко Л.П., к.пед.н.
старший преподаватель
кафедра Экономики и управления в образовании
Славгородская А.М.
студент 4 курса
Высшая школа бизнеса
ФГАОУ ВО "Южный федеральный университет"
Россия, г. Ростов-на-Дону

СТАНДАРТЫ В ПОДГОТОВКЕ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ ДЛЯ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация: Статья посвящена требованиям к персоналу сервисных организаций, согласно существующих стандартов: квалификационного справочника должностей, Стандартов обслуживания. Рассматривается

понятие профессионального стандарта, как характеристики квалификации работника для осуществления определенного вида профессиональной деятельности.

Ключевые слова: профессиональный стандарт, стандарт обслуживания, сертификация, квалификация, компетенции, ИКТ, сервис.

Современный сервис, как активно развивающаяся сфера экономики, представляет собой информационно-насыщенную область, в которой использование средств информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) является необходимым условием современной концепции бизнеса. Применение ИКТ – неотъемлемое условие повышения конкурентоспособности сервисных организаций, что и определяет необходимость подготовки высококвалифицированных кадров в этой области [2].

Квалификационные требования к персоналу в разных организациях отличаются друг от друга, но существуют параметры, которые встречаются практически в каждой организации. К ним относятся физические данные, интеллект, способности, квалификация, интересы, характер, мотивация и обстоятельства. К квалификационным требованиям работников сферы сервиса следует подходить с особой стороны. Для достижения предъявляемых квалификационных требований в сервисных организациях создаются службы управления персоналом [1]. Анализ квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих выявил требования в области ИКТ к должностям, которые могут занимать бакалавры по направлению "Сервис": знать современные средства сбора и обработки информации; средства вычислительной техники, коммуникаций и связи; методы обработки информации с использованием современных технических средств, коммуникаций и связи, вычислительной техники; методы сбора, оценки и анализа информации; правила пользования вычислительной техникой, средствами связи и коммуникаций; современные справочные и информационные системы; основы делопроизводства.

В настоящее время актуальным является процесс формирования и деятельности центров оценки и сертификации квалификаций. Наличие сертификата у выпускника может дать дополнительные преимущества при трудоустройстве и развитии профессиональной карьеры на её начальном этапе, повысить его конкурентоспособность на рынке труда. Сервисная организация – уникальный институт, сложная система, имеющая ряд специфических черт, таких как: личный контакт потребителя и производителя услуги; индивидуальность спроса; невозможность предварительной оценки качества услуги. Функция сервиса – сохранить имеющихся клиентов, привлечь новых и создать желание сотрудничества. Качество сервиса влияет на стабильность доходов и прибыль организации. Задачи качественного сервиса – поддержание клиентской базы и её развитие.

В мире существуют Стандарты обслуживания – прописанные модели поведения, алгоритмы работы сотрудников [5]. Стандарты обслуживания

позволяют: обеспечить наличие единых и понятных для всех правил работы и поведения в организации; повысить качество сервиса и обслуживания клиентов; создать единый образ организации в глазах клиентов; существенно сократить время на обучение и адаптацию новых сотрудников повысить объективность оценки и ротации сотрудников. Крупные и устойчивые сервисные организации внедряют или разрабатывают собственные стандарты обслуживания - корпоративные. Стандарты определяют персонал: он обязан быть коммуникабельным, доброжелательным, обладать приятной внешностью, владеть средствами ИКТ, уметь работать в коллективе и т.д. Выполнение стандартов гарантирует стабильность качественных показателей. Наличие стандартов обслуживания гарантирует клиенту получение качественного обслуживания независимо от должности сотрудников организации. В результате внедрения стандарта обслуживания, ориентированного на клиента, организация формирует для себя уникальное конкурентное преимущество [6]. Так как такие стандарты – редкость, то часто Стандарт обслуживания создаётся Клиентами на основе чек-Листа (анкета параметров, связанных с обслуживанием клиента и обязательных для выполнения персоналом компании), разрабатываемого при подготовке к проверкам качества обслуживания.

Принципиально новый этап развития национальной системы квалификаций в России начался в 2013–2014 гг. Профессиональный стандарт (ПС) — характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности. Предполагается, что требуемые знания и умения должны охватывать три группы компетенций: профессиональные, надпрофессиональные (охрана труда, охрана окружающей среды, профессиональная коммуникация), ключевые/базовые компетенции (включают все виды деятельности работника, например интеллектуальные, социальные и межличностные, предпринимательские) [3]. Благодаря такой структуре ПС может быть спроецирован в требования образовательных стандартов и программ профессионального образования, с учётом требований работодателей, что позволит экономике страны получить подготовленные квалифицированные кадры для любой отрасли. Ольга Баталина, председатель Комитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по труду, социальной политике и делам ветеранов предлагает законопроект о профессиональных стандартах дополнить поправками в закон «Об образовании в Российской Федерации». Нужно оговорить, считает она, что федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС) в вопросе требований к профессиональным компетенциям должны формироваться на основе соответствующих профессиональных стандартов, при их наличии. А основные образовательные программы, в свою очередь, следует разрабатывать с учётом соответствующих профессиональных стандартов, также при их наличии [4].

Опрос управленцев различных сервисных организаций г. Ростова-на-

Дону определил общие квалификационные требования работодателей к подготовке в области ИКТ для будущих бакалавров сервиса, которые можно использовать при разработке ПС: знать аппаратное, прикладное, системное программное обеспечение, используемое в профессиональной деятельности; знать методы обработки информации с использованием современных программных и технических средств, а также коммуникаций и связи, вычислительной техники; уметь использовать информационные системы в профессиональной деятельности (использовать автоматизированные системы управления, электронный документооборот, технологии бронирования и резервирования; справочно-правовые системы); применять установленное офисное оборудование; владеть Интернет-технологиями.

Использованные источники:

1. Кобина Л.А. Влияние экономической политики государства на повышение качества образования// Экономическая политика хозяйственного роста. Тематический сборник научных трудов. Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону. - 2014. - С. 78.
2. Курочкин В.Н., Щербина А.В., Грищенко Л.П. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / Под ред. д.э.н. проф. А.Ю. Архипова. – Ростов-на-Дону: Дониздат. – 2015. – 196 с.
3. Профессиональные стандарты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sut.ru/home/hide/professionalnye-standarty/ - (Дата обращения - 02.09.2015).
4. Профессиональный стандарт: не догма, а руководство к действию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://businessofrussia.com/mar-2015/item/1092-guide-to-action.html - (Дата обращения - 02.09.2015).
5. Разработка и внедрение стандартов обслуживания покупателей [Электронный ресурс]. – http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/service_standarts.htm - (Дата обращения - 02.09.2015).
6. Щербина А.В. Конкуренция на региональных рынках профессионально-образовательных услуг: факторы, механизмы, регулирование (на материалах Ростовской области) [Текст]: дис...канд. эк. наук: 08.00.05 - Ростов-на-Дону, 2002

Гукова Е.А., к.и.н.
доцент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, г. Белгород

ВНЕДРЕНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС РЕШЕНИЯ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ЗАДАЧ

В рамках данной статьи исследуется понятие практико-ориентированного подхода, изучаются сдерживающие элементы практико-ориентированного образования в России. Внедрение практико-ориентированного обучения рассматривается как инструмент повышения

конкурентоспособности будущего специалиста. Предлагается концепция внедрения практико-ориентированного подхода, в рамках которой происходит коммерциализация результатов обучения.

Ключевые слова*: *Практико-ориентированный подход, компетенция, коммерциализация результатов, конкурентоспособность, профессиональное образование.

INTRODUCTION IN EDUCATIONAL PROCESS SOLVE THE PRACTICAL- ORIENTED PROBLEMS

In this article the idea of practical-oriented approach and elements that hinder the development of practical-oriented education in Russia were considered. Practical-oriented approach implementation is regarded as future specialist competitiveness enhancing tool. Within the concept of practice-oriented approach implementation the commercialization of education take place.

Key words: *Practice-oriented approach, the competence, the commercialization of the results, competitiveness, professional education.*

Модернизация системы образования является основой развития экономического потенциала страны. Одним из ключевых вопросов реформирования российского высшего образования выступает обеспечение его конкурентоспособности, которое может быть сформировано посредством внедрения практико-ориентированного обучения. Среди причин, вызвавших кризис традиционной парадигмы образования, называют и то, что в современных условиях существует некоторая оторванность практической направленности обучения от получения знаний. Государственное регулирование сферы образования определяет государственную политику в части направлений модернизации системы образования в целом и проявляется посредством принятия основополагающего документа «Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы» [1]. Первоочередной задачей образования в условиях рыночной экономики становится задача обучения специалиста практическим навыкам. Профессиональная готовность, выступая новообразованием личности выпускника вуза характеризует его субъектное отношение к профессиональной деятельности [2,с.64]. С точки зрения российских учёных и практиков (В.И. Жуков, В.А. Никитин, М.В. Фирсов) кратчайший путь к освоению знания лежит через понимание значимости конечного результата деятельности [3, с.10]. Выполнен ряд работ, раскрывающих процесс подготовки будущих выпускников вузов к профессиональной деятельности, такие как труды И.Б. Шмигириловой, Л.Е. Солянкиной [4,5]. Анализ работ отечественных и зарубежных учёных выявил, что как явление практико-ориентированная образовательная среда существует в реальной образовательной практике, однако используется не в полной мере и в основном применительно только к организации производственной практики. При этом до сих пор целостно не раскрыты содержание и сущностная характеристика понятия «практико-

ориентированная среда». Недостаточно полно разработаны деятельностная и творческая характеристики среды, отражающие практическую направленность процесса развития профессиональной компетентности специалиста, и практически совсем отсутствуют исследования в области становления и развития практико-ориентированной образовательной среды вуза. Создание процесса практико-ориентированного обучения даст возможность предельно точно приблизить содержание учебных дисциплин к будущей профессии, возможности построений целостного учебного процесса, создаст условия для целенаправленного формирования конкурентоспособности будущих работников.

В рамках данной технологии, предполагается осуществление следующих этапов [6]:

1. Выявление потребностей в результатах практико-ориентированного обучения студентов (это могут быть как продукция, так и услуги) на основе проведения опросов, анкетирования, прогнозирования, сегментирования и оценки емкости рынка).
2. Представление ВУЗами результатов разработок, выполненных студентами, основанных на практико-ориентированном обучении (проведение прикладных исследований; формирование инновационных идей и разработок; может предполагать проведение дополнительных фундаментальных исследований).
3. Расчеты показателей оценки экономической эффективности представленных инновационных проектов с учетом маркетинговых исследований.
4. Проведение презентаций инвестиционных проектов, прошедших предыдущие этапы предварительного отбора.
5. Юридическое оформление заключенных договоров, проведение финансовых расчетов по получению инвестиционных поток на реализацию проекта и изготовление промышленных образцов.
6. Оценка эффективности будущего производства и в случае необходимости переоценка бизнес-плана на основе анализа выпущенного промышленного образца.
7. Коммерческая реализация готовых проектов, прошедших предыдущие этапы, возможное оформление лицензий и патентов.

Ярким примером практико-ориентированного обучения на базе техникума стало подписание договора 23.10.2015 года о сотрудничестве между Правительством Белгородской области и открытым акционерным обществом «Стойленский горно-обогатительный комбинат» Его подписали первый заместитель губернатора Белгородской области В. Сергачёв и генеральный директор ОАО "Стойленский ГОК" С. Напольских. Предметом соглашения является тесное сотрудничество Стойленского горно-обогатительного комбината со Старооскольским индустриально-технологическим техникумом, который будет готовить для предприятия высококвалифицированные рабочие кадры массовых профессий и

специалистов среднего звена. В техникуме будет осуществляться подготовка по двум специальностям: техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта и техническая эксплуатация подвижного состава железных дорог. Студенты техникума будут проходить производственную практику на объектах предприятия, также в планах организовать стажировку для мастеров производственного обучения и преподавателей специальных дисциплин.

Функционирование данного подхода происходит посредством реализации сэндвич-курсов, кооперативные программы, представляющие одну из старейших форм обучения в высшем образовании (опыт работы интегрируется в общую учебную программу, не являясь дополнительным годом), моделей получения практического опыта путем когнитивного ученичества (студенты получают возможность наблюдать и впитывать организационную культуру рабочего места), совместных промышленно-университетских курсов (совместно разработанные и финансируемые крупной компанией), и т.д.

Использованные источники:

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы [Электронный ресурс].–URL: http://минобрнауки.рф/документы /2474/файл/901/Госпрограмма _Развитие_образования_(дата обращения: 21.10.2015).
2. Бекоева М.И., Сикоева М.Т. Организация учебного процесса студентов на основе модульного обучения // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова. 2013. № 3. С. 64-69.
3. Ахмедова С.Х. Имитационные методы в практико-ориентированном обучении студентов / Инновационное образование: практико-ориентированный подход в обучении: сб. материалов конф. IV Междунар. науч.-методич. конф. (г. Астрахань 17 апреля 2012 года) / отв. ред. Г.П. Стефанова. Астрахань: Изд. дом «Астраханский университет», 2011. С. 517.
4. Шмигирилова И.Б. Компетентностный подход в системе образовательных подходов и технологий // Вектор науки Тольяттинского государственного университета//Педагогика, психология. 2012. № 3. С. 260-263.
5. Солянкина, Л.Е. Практико-ориентированная подготовка бакалавра // Журнал СПО. 2009. № 2. С. 6-8.
6. Просалова В. С. Концепция внедрения практикоориентированного подхода [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: http://publ.naukovedenie.ru 4 http://naukovedenie.ru (дата обращения: 22.10.2015)

Долженкова А.В.
студент 3 курса бакалавриата
направление «Социология»
ФГБОУ ВПО Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа

РАЗВИТИЕ И РОЛЬ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ СЕГОДНЯ

Долгое время в учебных планах подготовки специалистов высшей квалификации в российских университетах большое место уделяли философским 18 дисциплинам. Причём это касалось специалистов любого профиля: технических и социальных работников, естественнонаучных и медицинских кадров и др. Особенно значительное место она занимала в учебных планах социологов, экономистов, правоведов, управленцев, менеджеров. Философия была дисциплиной, дающей наиболее общую картину научного знания. Каждому специалисту философия указывала его место в общей картине научной и ненаучной трактовки мира и даже универсума. Сегодня в учебных планах, по которым уже работают российские университеты, философия занимает скромное место. Однако потребность в дисциплине, дающей наиболее общее представление о социуме, его структуре, месте социальные и профессиональных институтов, социальных смыслах, то есть идеологии, сохранилась. И эту роль может и в большинстве случаев берёт на себя общая социология. Почему именно социология? Как это объяснить? Здесь мы усматриваем две причины, заслуживающие упоминания. Внешняя – учебные планы подготовки специалистов высшей квалификации в российских университетах видоизменились по формуле «4 + 2», «бакалавр – магистр». Внутренняя, более важная, российская социология становится зрелой, автономной наукой.

Долгое время социология не входила в учебные планы подготовки специалистов. Был курс исторического материализма, который и охватывал проблематику общей социологии. Между тем социология является наукой, которую во многом следует рассматривать как образцовую и базовую для всех общественных наук. Социология даёт представление о своеобразии трактовки социальной реальности для каждой из общественных дисциплин и определяет предметное место каждой из общественных дисциплин в контексте социальной системы. Кроме того, социология содержит образцы научных суждений и форм научности. Социология с самого начала формировалась как прикладная дисциплина, цель которой не только и даже не столько познание объективной и субъективной социальной материи. Гораздо более важна задача рационализации деятельности человека в общественной практике.

Так чему сегодня учат социологов в Российских ВУЗах? Рассмотрим несколько ключевых моментов.

На фундаменте всех социальных и гуманитарных наук основывается

подготовка социолога. То есть, будущий социолог нуждается в знаниях философии, истории, экономики, политологии, культурологии, права и психологии. Это не дань моде, а острая необходимость, поскольку квалифицированный специалист должен обладать основами всех без исключения социальных и гуманитарных наук, образующих базу интеллектуального потенциала.

Знакомство с основными положениями естественных наук и серьезная математическая подготовка также очень важны. Сегодня не получится стать полноценным специалистом, не имея понятия о математическом аппарате в той степени и в таком ракурсе, который необходим для успешной работы. Когда выпускники идут на гуманитарную социологическую специальность, они полагают, что они навсегда распрощались с математикой. И как правило им приходится убеждаться в вечно старой и вечно новой истине, что без математики невозможно стать полноценным специалистом.

Усвоение комплекса дисциплин, которые касаются самой социологии играют огромную роль в подготовке социолога. Этот пункт можно разделить на несколько частей. Во-первых — теория, предполагающая усвоение объекта и предмета, функции и генезиса идей. Ключевая особенность современной концепции социологии - это трактовка ее объекта как гражданского общества, а предмета социологии — как общественного сознания и поведения людей в конкретно-исторических условиях. Социальная жизнь человека берет своё начало в осознании окружающих его реалий, выработке установок и воплощения их в жизнь, учитывая объективные условия глобального и конкретного характера. Отсюда следует, что объект социологии - это не общество в целом (общество изучают социальная философия, история, политология, юридические науки и культурология), а общество в его социально-человеческом обличье. И с этим положением — человек в обществе и общество для человека —соглашаются все больше социологов.

Во-вторых, усвоение социологии — ее методология и методика, а именно такой уровень теоретического знания, который показывает на языке, позволяющем работать с информацией с помощью соответствующих индикаторов и показателей, является немаловажным пунктов в подготовке социолога. Кроме методологии, для социологии значение имеют методы познания социальной реальности, не только потому, что она этим серьезно отличается от других наук, а потому, что предусматривает использование статистико-математического аппарата, многообразных специфических эмпирических способов познания. Собственно, социология имеет дело не с самой реальностью, а с восприятием этой реальности отдельными индивидами, социальными группами и слоями.

В-третьих, подготовка специалиста-социолога связана с познанием происхождения идей в истории социологии. Социология отражает качественный этап в истории человечества, когда общество предстало перед нами в человеческом измерении, когда каждый человек становится

субъектом исторического процесс. Именно с этого периода начинается новое осмысление роли человека, всех без исключения людей во всех ипостасях их сознания и поведения, превращения в участников экономических, социальных, политических и культурных изменений. Для социологии важен анализ социальных проблем основных сфер общественной жизни — экономической, социальной, политической и духовной, и, соответственно, чтение таких крупных социологических курсов, как и политическая социология», «Социология духовной и социальной жизни».

Заключительным пунктом в усвоении социологических знаний и умении их применять является анализ актуальных, острых, реальных, насущных проблем социальной жизни общества, таких как положение семьи, стимулирование труда, роль телевидения в духовной жизни общества, наркомания, состояние и противоречия религиозного сознания, деятельность политических партий и другие вопросы, возникающие в общественной жизни и требующие решения. Таким образом небезосновательно то, что объект социологического анализа- это многочисленные и многообразные явления общественной жизни [2].

Особое значение социологического образования состоит, в первую очередь, в формировании социологической культуры личности, основа которой – это способность субъекта-специалиста принимать действительность такой, какая она есть и находить конкретные способы решения реальных проблем. Сегодня в России можно отметить парадоксальную ситуацию относительно ценности социологического образования и профессии социолога. По мнению эксперта Б. Грушина, в российском обществе существуют три сферы приложения сил для социологов-профессионалов: внесение социологической составляющей в теоретический анализ социальных процессов; разработка методов и техник, исследовательского инструментария для сбора и интерпретации эмпирических данных, адекватных изучаемой реальности; расширенное воспроизводство достоверной социологической информации об обществе [1].

Использованные источники:

1. Грушин С.А. На пути к самосознанию. Злоключения социологии времен перестройки –М.: Наука, 1978. – 378с.
2. Тощенко Ж.Т. Дискуссионные заметки о социологическом образовании – М.:Новый хронограф, 2010. – 275с.

Индутенко А.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансов, кредита и налогообложения»
Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Чижова В.В.
студент
Институт управления
Россия, г. Белгород

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАЩИХСЯ НАЧАЛЬНЫХ КЛАССОВ

Аннотация

В статье рассматривается роль финансовой культуры в младших классах, когда данный предмет не введен в систему общеобразовательных школ. Предлагается знакомство учащихся с основами финансовой грамотности, которое будет способствовать формированию общих, и в то же время, достаточно цельных представлении о процессах, связанных с экономикой, бизнесом, ресурсами и их разумным потреблением.

Ключевые слова: финансовая культура, финансовая грамотность, начальные классы, учебный процесс, занятия, учителя, личные накопления, деньги и операции с ними, ведение семейного бюджета, вознаграждения и рискованные сделки.

В современных условиях финансовой нестабильности, особую актуальность приобретают вопросы формирования финансовой культуры, начиная с младших классов. Следует заметить, что в наше время нет общепринятого толкования термина «финансовая культура».

Предлагается при создании трактовки термина финансовая культура опираться на понятия «культура» и «финансы». Культура – это воспитание, развитие, образование, накопление и применение умений и навыков во всех сферах человеческой жизнедеятельности, а финансы – это денежные средства в движении. Таким образом, можно сформулировать общее определение финансовой культуры – это часть общей культуры человека, направленная на воспитание, развитие, накопление и применение на практике навыков и умений обращения с личными денежными средствами.

Обычно такими вопросами занималась экономика, постепенное изучение которой начинало формироваться в старших классах общеобразовательной школы.

Вопросы формирования финансовой культуры в начальных классах остро стоят перед правительством и органами государственной власти. По словам координатора проектной группы по повышению финансовой культуры при Минфине Анны Зеленцовой: «Занятия с младшими классами должны проходить в игровой форме, для старших классов предусмотрены

лекции, а для студентов – семинары и тренинги по управлению личными финансами, мультимедийные курсы».[2]

По словам Зеленцовой, учить детей планированию семейного бюджета правильнее, нежели предлагать им считать, «сколько из какой трубы выливается и куда вливается».

Уроки финансовой грамотности так же необходимы, как и ряд других предметов из имеющейся школьной программы. Однозначно, в школьной программе достаточно часов, которые можно передать в пользу финансовой культуры. Для их реализации существует еще одна, довольно серьезная проблема – это поиск преподавателей, которые действительно будут способны обучать детей финансовой культуре. При этом они должны иметь экономическое образование, а не просто зачитывать им отрывки из учебников. Заниматься такой работой бесплатно или за учительскую зарплату профессиональные финансисты вряд ли пойдут, а значит, необходимо будет искать средства на дополнительные выплаты.[2]

Таким образом, предлагаются, на наш взгляд, следующие методы формирования финансовой культуры учащихся начальных классов:

1. Повышение квалификации учителей начальных классов в области финансовой культуры;
2. Внедрение финансовых задач в изучение математики, позволяющих не только развивать вычислительных навыки, но и способствовать умению экономить;
3. Построение уроков с помощью видеодемонстративного материала, которые помогут раскрыть суть реальных случаев мошенничества и рационально распоряжаться денежными средствами;
4. Применение различных наглядных пособий, способствующих более прочному усвоению материала;
5. Для реализации вопросов финансового воспитания следует использовать разнообразные упражнения, дидактические игры и задания.
6. Обучение первоклассников, использовать банковские карты (в зарубежных странах дети этому обучены с раннего возраста).

Формирование тематики финансовой культуры учащимся начальных классов общеобразовательной школы является новой и сложной, поэтому ее следует преподносить в теоретико-игровой форме. Главное дать детям понимание необходимого в жизни минимума, чтобы во взрослой жизни обезопасить их от серьезных ошибок с денежными средствами. Естественно перед тем, как подать такой материал учителям придется для начала обучиться самим, чтобы иметь понимание о предмете и его тонкостях. Следует заметить, что проводимые занятия по обращению с денежными средствами не будут похожи на курс «Финансов и экономики», не нужно их путать. Это будет совсем другое направление.[3]

Но прежде чем разъяснить экономические премудрости детям, сначала их нужно объяснить тем учителям, которые будут обучать этому детей. Ведь в современных условиях многие из преподавателей сами ничего не

понимают в этом. Поэтому помимо базового школьного курса они должны проходить и спецкурс для взрослых людей.

Организуя учебный процесс, мы не отдаём предпочтения какой-либо одной форме, используем всё: только сочетание различных форм, на наш взгляд, является наиболее продуктивным, так как позволяет индивидуализировать обучение, организовать углубленное изучение учебного материала, найти практическое применение полученным знаниям и умениям.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что культуру о денежных средствах нужно знать в нашей стране даже первокласснику. В школьный курс должны войти такие темы и понятия: деньги и операции с ними; ведение семейного бюджета; вознаграждения и рискованные сделки. Также школьникам, пояснят для каких целей, делаются личные накопления и есть ли от них польза. Помимо школьной факультативной работы по данным вопросам, на всей территории страны должна вестись массовая работа, направленная на повышение общего уровня финансовой грамотности людей. Что в конечном результате должно принести пользу и стране, и людям, и экономическому положению в целом.

Таким образом, проводимый курс финансовой грамотности у учащихся начальных классов будет способствовать формированию общих, и в то же время, достаточно цельных представлении о процессах, связанных с экономикой, бизнесом, ресурсами и их разумным потреблением.

В заключении отметим, что, несомненно, самую большую роль в процессе обучения детей навыкам и умениям в любой сфере играют учителя. Но по мнению мнению Лусарди : «Различия в финансовой культуре начинают проявляться уже с самых первых периодов жизни и в значительной степени зависят от семьи учащихся. Это тревожное открытие и, на мой взгляд, является главнейшей причиной, почему нам следует заниматься финансовой культурой в школе – чтобы попытаться создать равные условия».

Использованные источники:

1.Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации [Электронный ресурс] /Федеральная служба по финансам и рынкам.– М.,2009.– Режим доступа:http://lib39.ru/events/projects/fin_gramota/gos_program/concepcia_nppf gnrf.rtf (Дата обращения 17.12.2015).

2.Информационное агентство Стрингер / – Минфин предлагает учить финансовой грамотности с первого класса [Электронный ресурс] /– Режим доступа: http://stringer-news.com/publication.mhtml?Part=37&PubID=24580// (Дата обращения 17.12.2015).

3. Конаш Д., Сохранить и приумножить. Как грамотно и с выгодой управлять сбережениями[Текст] /Д.Конаш.–М.: Альпина Паблишер,2012.

Исламутдинова Д.Ф.
доцент
кафедра “Экономики”
Югорский Государственный Университет
Казаков В.Е.
студент 2 курса
Институт Менеджмента и Экономики
Россия, г. Ханты-Мансийск

ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Управление является актуальной и разносторонней темой для её изучения с различных ракурсов. Что касается государственного, а также муниципального управления, то необходимо акцентировать внимание на том, что данные сферы управления берут свои истоки в 14 веке[1].

В начале работы целесообразно выяснить базовые теоретические понятия.

Государственное управление представляет собой организующую, распорядительную и исполнительную деятельность государственных органов, органов местного самоуправления, общественных и негосударственных формирований, которая осуществляется с помощью законов и иных нормативных актов.

История государственности России, с научной точки зрения, представляет собой её осознание в качестве результатов многовековой деятельности общества, а также политического класса и лидеров[2]. Изображение в научной мысли подобной истории, подход к процессу анализа прошлого опыта, главным образом с позиции направления интересов и задач, которые действовали в тот или иной период истории, способствует не допущению прошлых ошибок в управлении и развитию существующей системы управления.

В конституции Российской Федерации указано, что местное самоуправление самостоятельно в пределах своих полномочий. Государство гарантирует организационную обособленность органов муниципальной власти, признает и защищает муниципальную собственность.

Прогресс местного самоуправления замедляется финансово-экономическими трудностями, недостаточной развитостью нормативно-правовой базы в вопросах практического функционирования муниципальных образований, проблемой взаимоотношений органов государственной власти и органов местного самоуправления.

Стоит отметить тот факт, что в некоторых современных государствах управление всеми делами на местах осуществляется специальными органами местного самоуправления.

Местное (муниципальное) управление – это система управления процессами. Местное (муниципальное) управление осуществляется специфическими выборными органами, представляющие население

административно-территориальной единицы государства[3].

На сегодняшний день наиболее важными признаками системы местного самоуправления в зарубежных странах считаются их универсальная выборность и значительная самостоятельность в решении местных вопросов.

Например, в Германии системе местного управления свойственен ряд принципов, которые характерны для других развитых демократических государств. Таким образом, необходимо акцентировать внимание на комплексе прав, которые характерны для немецкой системы управления.

Органам местного самоуправления присуще комплекс прав:

1. выборы органов самоуправления;
2. право принятия собственных нормативных актов;

финансовая автономия;

3. независимость в проведении кадровой политики;
4. независимость в сфере коммунального планирования;
5. осуществление государственного надзора, а также контроля за деятельностью коммуны[4].

Подобные принципы отражают самые характерные особенности системы местного самоуправления и в других европейских странах.

Что касается Бразилии, то она включает в себя более 4300 муниципалитетов, обладающие правом самостоятельного управления во всем, что относится к сферам их интересов. В этом государстве, муниципалитеты обладают политической, административной и финансовой автономией, что позитивно отражается на эффективности управления государством.

В практике, под принципом местного самоуправления считается передача административных полномочий, имеющие местное значение, в ведении органов, которое избрало население государства[5].

Далее, рассмотрим разницу в сфере государственного управления (табл.1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика системы государственного управления разных стран

Страна	Вид федерации	Характерные особенности государственного управления
Бразилия	Территориальная федерация	Президент возглавляет исполнительную власть. Законодательную власть возглавляет Национальный Конгресс. Судебная власть осуществляется и регулируется посредством влияния федерального Верховного суда. Государственное управление является разграниченным в соответствии со штатами.
Германия	Национальная федерация	Система государственного правления базируется на чётком разграничении ветвей власти и органов управления. Высшая законодательная власть в

		Германии принадлежит двухпалатному парламенту: нижняя палата - бундестаг и верхняя палата - бундесрат имеют различный статус в отношении порядка их формирования и объема полномочий. Законодательная инициатива принадлежит членам обеих палат и Федеральному правительству.
Российская Федерация	Смешанная федерация	В отличии от вышеупомянутых стран, в Российской федерации применяется система единого управления. Центр увеличивает властное пространство, минимизирует автономную активность региональных лидеров на федеральном уровне. Государственный совет - проводник решений Президента, который состоит из руководителей исполнительной власти регионов, является совещательным и рекомендательным органом президентской власти, инициирует проекты законов и указов Президента, выступает связующим звеном между Президентом РФ и Советом Федерации.

Таким образом, проанализировав весь опыт муниципального и государственного управления, необходимо акцентировать внимание на том, что существующая система управления в Российской Федерации не является эффективной в достаточной мере, следует больше изучать зарубежный опыт, применять эффективные инструменты управления на практике, а также унифицировать системы управления с учетом особенностей менталитета и структуры политики страны в целом. Также, стоит обратить особое внимание на эффективность системы муниципального управления Бразилии, которая функционирует на протяжении многих лет и характеризуется достаточным уровнем эффективности.

Использованные источники:

1. Жадан А.А., Саморегулирование и регулирование государственной политики. Автореферат дисс. ... канд. эконом, наук.: 08.00.01. Саратов, 2012. -16 с.
2. Клейнер Г.Б., Особенности процессов формирования и эволюции социально-экономических институтов в России: препринт / Г.Б. Клейнер. М.: ЦЭМИ РАН, 2012. - 63 с.
3. Макконелл К.Р., Экономикс: принципы, проблемы и политика: в 2 т.: т. 1: Учебник для вузов / К.Р. Макконел, С.Л. Брю. М.: ИНФРА-М, 2011.- 467 с.
4. Маршалл А., Основы политологии/ А. Маршалл; предисл. Дж.М. Кейнс; пер. с англ. В.И. Бомкина, В.Т. Рысина, Р.И. Столпера. -М.: Эксмо, 2013. - 832 с.
5. Якобсон Л.И., Государственное управление / Л.И. Якобсон. - М.: Аспект-Пресс, 2010. - 319 с.

Капранов Г.А., к.п.н.
доцент
кафедра педагогики
Школа педагогики ДВФУ

ШАХМАТЫ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ – ШКОЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ИЛИ ДЕТСКОЕ УВЛЕЧЕНИЕ?

Аннотация. Рассматривается вопрос обучения шахматам в общеобразовательной школе. Анализируются положительные стороны введения урока шахмат в школе и негативные стороны массового обучения игре в шахматы.

Ключевые слова: обучение игре в шахматы, развитие мышления, развитие способностей, интерес детей, личностное развитие.

Annotation. The question of teaching chess in secondary school. Analyzed the positive aspects of the introduction of chess lessons in school and negative aspects of mass learning to play chess.

Keywords: learning to play chess, the development of thinking, the development of abilities, interests, kids, personal development.

Идея введения уроков обучения шахматной игре в начальной школе неоднократно становятся предметом обсуждения педагогической и широкой общественности. именно в начальной школе происходят особые изменения, здесь ярко просматриваются радикальные изменения, связанные с изменением приоритетов целей обучения: на первый план выдвигается развивающая функция процесса, в значительной степени способствующая становлению личности младших школьников и наиболее полному раскрытию их творческих способностей. Существует целый ряд технологий обучения, как общеизвестных, так и еще достаточно новых, малоизвестных, но достаточно перспективных, идет процесс формирования новых развивающих технологий, нового учебного процесса. Широкие поиски ведутся не только области совершенствования методов обучения, форм обучения, обогащения содержания образования, что достаточно традиционно, но и в направлении изменения целевых ориентиров, введения в учебный процесс совершенно новых видов деятельности, до этого там не присутствующих.

Один из таких признаков изменения процесса обучения – это возрастающее вхождение шахмат в учебный процесс, которые все больше входят в среднюю общеобразовательную школу. И речь уже идет не только о шахматных кружках, все чаще встречаются попытки введения для школьников факультативных курсов по шахматам, регулярных уроков шахмат. В отдельных случаях на территориях, на уровне города, района, края вводится шахматный всеобуч. Так, известно то внимание, которое уделяется детским шахматам в Калмыкии, на Урале, в Казани, на некоторых других территориях. Сейчас уже можно говорить об определенном уровне популярности шахмат. Не случайно многие директора школ России ратуют

за преподавание шахмат в их школах, делаются попытки создать школьные учебники шахматной игры, разрабатыватся учебные программы. Большое внимание детским шахматам отводится и за границей: во Франции, Голландии, Венгрии, Аргентине шахматы широко изучаются в школе. В Международной шахматной федерации (ФИДЕ) создана специальная комиссия «Шахматы в школе», собирающая информацию о месте шахмат в жизни школы. Особое внимание уделяется шахматам в начальной школе. Это в большой мере определяется и тем, что растет популярность шахмат среди родителей. В настоящее время никого не нужно убеждать в полезности шахмат для развития ребенка. Подчас на интуитивном уровне родители убеждены в развивающем значении шахмат для детей.

Так, высоко ценил значение шахмат в начальной школе В. Сухомлинский. Подытоживая свою работу с детьми 6—7 лет, посещавшими «Школу радости», он писал: «В воспитании культуры мышления большое место отводилось шахматам... Шахматы — превосходная школа последовательного логического мышления... Игра в шахматы дисциплинировала мышление, воспитывала сосредоточенность. Но самое главное здесь — это развитие памяти. Наблюдая за юными шахматистами, я видел, как дети мысленно воссоздают положение, которое было, и представляют то, что будет... Без шахмат нельзя представить полноценного воспитания умственных способностей и памяти. Игра в шахматы должна войти в жизнь начальной школы как один из элементов умственной культуры. Речь идет именно о начальной школе, где интеллектуальное воспитание занимает особое место, требует специальных форм и методов работы»/ 3 /.

Вопрос о полезности шахматной игры для развития ребенка требует особенного осмысления. В чем польза шахмат для детского развития? Насколько она реальна? Какие качества личности вырабатывает? Способствует ли развитию ребенка или обеспечивает дополнительную нагрузку уже и без того нагруженному ребенку? Каким образом надо организовывать занятия по шахматам? Грамотно поставленный процесс обучения детей шахматным азам позволяет реализовать многие позитивные идеи отечественных теоретиков и практиков — сделать обучение радостным, дает возможность учить детей без принуждения, поддерживать устойчивый интерес к знаниям, использовать многообразие форм обучения. Стержневым моментом уроков становится деятельность самих учащихся, когда они наблюдают, сравнивают, классифицируют, группируют, делают выводы, выясняют закономерности.

Обучение игре в шахматы с самого раннего возраста помогает многим слабым детям не отстать в развитии от своих сверстников, особенно тем из них, кто живет в сельских регионах и обучается в сельской школе, открывает дорогу к творчеству сотням тысяч детей некоммуникативного типа. Расширение круга общения, возможностей полноценного самовыражения, самореализации для этих детей позволяет им преодолеть замкнутость, мнимую ущербность.

Развивающее влияние шахмат особенно проявляется у детей в возрасте примерно 7-12 лет. Почему именно в этом возрасте? За ответом на этот вопрос обратимся к психологическим исследованиям мышления. Вслед на овладением громадной знаковой системой родного языка, завершающимся в основном к возрасту примерно 5 лет, начинает развиваться следующий чрезвычайно важный процесс, процесс переведения действий с практического уровня на формальный, осуществляемый в языке, с помощью оперирования его знаками. Знаки языка начинают опосредствовать всю деятельность, не только обозначать действия над объектами и сами эти объекты, но и замещать их. Возникают особые действия, действия над знаками. В различных психологических школах они называются по разному. Система пропозициональных операций — у виднейшего швейцарско-французского психолога Ж. Пиаже, которая в норме окончательно формируется примерно к 12 годам и в которой фиксируется способность к логическим преобразованиям на вербальном уровне. Крупный специалист по психологии творчества Я.А. Пономарев использует термин "действия в уме", подчеркивая тем самым как бы место их осуществления. Выделим основное: в указанном возрасте складывается специфическая интеллектуальная способность общего характера — умение, принимая терминологию Я.А. Пономарева, действовать в уме. Это действие начинает предшествовать двигательному действию и высказыванию; в нем как бы "проигрывается" последующее действие перед своей реализацией.

Научные исследования показывают положительное воздействие шахматной игры на развитие интеллектуальных способностей ребенка. Распространенное убеждение что шахматист зачастую является интеллектуалом недалеко от истины. Сторонники обучения шахматам в школе предлагают различные методики, обеспечивающие обучение всех учеников и с гарантией. Методически грамотное обучение детей основам шахматной игры, опирающееся на постулат Л. Выготского о том, что обучение должно идти на один шаг впереди развития, и свойственные детям потребности и возможности — действенное, эффективное средство их умственного развития. Процесс обучения азам мудрой игры способствует развитию у детей ориентирования на плоскости, формированию аналитико-синтетической деятельности, учит детей запоминать, сравнивать, обобщать, предвидеть результаты своей деятельности, содействует совершенствованию таких ценнейших качеств, как терпеливость, усидчивость, внимательность, самостоятельность, изобретательность, гибкость и др.

Мы готовы согласиться с этими утверждениями, тем более, что они принадлежат энтузиастам своего дела, готовым зажечь каждого в своей любви к замечательной и мудрой игре. Автор сам является успешным детским шахматным тренером, достигшим высоких успехов в своей наставнической работе с детьми.

Но, вместе с тем, поскольку речь идет уже об организованном обучении, то необходимо думать и о получении гарантированных

результатов. Насколько достигнутые результаты будут способствовать личностному развитию школьников? И не получится ли так, что дети действительно научатся играть в шахматы, смогут рассчитывать многоходовые варианты в уме, но в других сферах деятельности такой способности не приобретут? И практика показывает, что подчас это так и происходит, то есть шахматист совершенствуясь в технике расчета вариантов уходит в сторону от действительности.

Подчеркнем что сформированное на шахматах умение еще не означает появление соответствующей способности. Здесь не должно быть иллюзий, для нее лишь заготовлен первый необходимый материал, сделан первый шаг. Этот шаг должен быть подкреплен на другом материале. В качестве его могут быть взяты, например, другие игры, предполагающие "ходы" в пространстве и в этом смысле близкие к шахматам, либо какие-нибудь жизненные примеры (например, моделирование) Как и в предыдущем случае, умение действовать в уме здесь также должно скрупулезно отрабатываться по выделенным этапам формирования действия. Суть — в подготовке необходимого другого материала для сопоставления. Вполне возможно, что на этом новом материале действие в уме формируется легче и быстрее, начинает сказываться его отработка на шахматах. Развитие мышления — это искусственно-естественный процесс, причем его искусственная составляющая определяется усилиями обучающего в этом направлении. И надо ясно себе представлять, управляет ли преподаватель развитием мышления при обучении шахматам или нет.

Массовое обучение школьников шахматам может иметь и серьезные минусы. Не в последнюю очередь, это вопрос подготовленности квалифицированных педагогических кадров для обучения шахмат в школе. Распространенный недостаток даже среди тренеров детско-юношеских спортивных школ: это ориентация на достижение результата реализуемая в ущерб личностному развитию школьников. И здесь, кроме приобщения школьника к красоте шахматной игры, возникают и другие не самые приятные моменты: это эгоистичность, конкурентность, нервная перегрузка и стрессы, малоподвижность.

Еще более важное значение имеет то, что шахматы, являясь игрой, требуют соответственно особого интереса учащихся, без наличия которого занятия просто неэффективны. Интерес учащихся не является постоянной величиной, является индивидуальным и управление интересом достаточно сложная вещь. Кроме красоты шахматной игры интерес подпитывается результативностью выступления в соревнованиях, что закономерно приводит к укреплению интереса у части учащихся, и снижения его у другой. Обязательность изучения шахмат, предлагаемое его энтузиастами, несет в себе эффект школьных уроков литературы, после которых учащиеся, любившие литературу, резко снижают любовь к чтению книги. Также нужно отметить, что интерес учащихся развивается не по прямой, а циклами, что вполне нормально. И стремление искусственно поддерживать этот интерес

выглядит противоестественным.

При большом желании, можно предложить еще ряд игр, которые несут в себе развивающий эффект для развития личности школьника. Глубоко убежден, что и хоккей с футболом, и плавание и лыжи, и туризм и изобретательство могут вносить огромный вклад в формирование личности школьника. Но может быть, нужно дать право школьнику самому определить, что для него важнее и интереснее? Потому что тогда наиболее самостоятельным и ответственным и заинтересованным он становится, когда сам принимает решения.

Важнейшее значение в увлечении ребенка шахматами играет его собственное открытие этой мудрой игры, его собственные успехи, которые он может предъявить свои м одноклассникам, друзьям, родителям. В этом плане важно, чтобы палитра увлечений школьников даже в одном классе была разнообразной. Нормально и глубоко положительно, если в одном классе школьники имеют широкий спектр увлечений, позволяющий им добиться собственного самоутверждения и собственной достаточной самооценки. Наоборот, искусственно организовав «увлечение» шахматами в классе, мы искусственно организовываем организовав лидеров и отстающих в еще одной сфере деятельности. Поэтому голосуя двумя руками за организацию шахматных кружков и факультативов в школах я вместе с тем глубоко убежден в нежелательности делать шахматы обязательным школьным предметом. Не потому, что против шахмат, а для того лишь, чтобы не лишать детей такой замечательной романтической и мудрой игры как шахматы.

Использованные источники:

1. Выготский Л.С. Орудие и знак в развитии ребенка» Из книги: Выготский Л.С. = Психология развития человека. — М.: Изд-во Смысл; Эксмо, 2005. — 1136 с.
2. Сухомлинский В.А. О воспитании. Издательство политической литературы М., 1979. С.96
3. Шахматы: наука, опыт, мастерство. Под ред. Злотник Б.А. М., Высшая школа, 1990. С.40
4. Программы общеобразовательных учреждений. Начальные классы. / М.: Просвещение, 2002.
5. Розанов Е.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ШАХМАТ В РАЗВИТИИ ЛИЧНОСТИ // В сборнике: Наука, образование, общество: актуальные вопросы и перспективы развития Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 мая 2015 г.: в 3 частях. ООО "АР-Консалт". Москва, 2015. С. 26-27.

Капранов Г.А., к.п.н.
доцент
кафедра педагогики
Школа педагогики ДВФУ

ОТ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ СТУДЕНТОВ - К ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Рассматривается проблема введения студентов вуза в проектную деятельность в учебном процессе. Практические занятия (лабораторные, практические, семинары), реализуемые в учебном процессе, рассматриваются как подготовительный этап введения метода проектов

Ключевые слова. Метод проектов, практические занятия, лабораторные занятия, учебный план, рефлексия студентов, достижение цели, групповая работа.

Annotation. The problem of the introduction of university students in project activities in the learning process. Practical lessons (laboratory, practical, seminars), implemented in the educational process, considered as a preparatory stage of the introduction of a method of projects

Keywords. Project-based learning, practical classes, laboratory classes, curriculum, student reflection, goal, group work.

В последнее время усилился интерес к проблеме совершенствования вузовского практических занятий, при этом большое внимание уделяется использованию метода проектов. Это понятно: именно в проектной деятельности лучше решаются вопросы интеграции знаний, интеллектуальных и практических умений и навыков, формируются такие важные профессиональные и личностные качества студентов, как самостоятельность, активность, умение аналитически мыслить, переносить усвоенные способы действий в новые ситуации и т. п.

На практические занятия, включая лабораторные, отводится довольно много времени аудиторной работы — в среднем от 20 до 70 % по различным дисциплинам в различных учебных планах. Поэтому возникает вопрос о качественном использовании имеющегося времени. Практика показывает, что далеко не всегда использование проектных методов способствует успешному достижению цели. Можно предположить, что для успешного включения учащихся в групповую и проектную деятельность необходимо осуществлять плановую их подготовку для использования подобных методов работы. Мы стоим на позиции, что для достижения успеха необходим не поспешный отказ от уже апробированных и известных методов работы, а подготовка студентов к проектной деятельности через имеющиеся возможности организации в лабораторных работах, практических занятиях и семинарах. Органическое выстраивание последовательности всех этих занятий в связке с использованием метода проектов способствует усилению как первых, так и последующих форм работы. Особое значение в подготовке студентов к использованию

проектного метода имеют возможности, заложенные в лабораторных занятиях.

В теории и практике преподавания преобладает точка зрения на лабораторные работы как на вид практических занятий, имеющих ярко выраженную специфику в зависимости от конкретной учебной специальности, где более уместны частно-методические, чем общепедагогические рекомендации. Естественно, цели выполнения лабораторных заданий формулируются в узкометодическом плане и нацелены на достижение ограниченного кругу специальных умений и навыков, но обязательным косвенным результатом их является и формирование общих умений, необходимых в реализации проектной деятельности.

Задача проведения занятий состоит в том, чтобы преодолеть недостатки традиционной методики, когда лабораторные работы больше ориентированы на механическое выполнение конкретных методических предписаний и малоинтересны с общепедагогической и познавательной точек зрения. Это представляет возможность реализовать общепедагогический подход к лабораторному практикуму как важнейшей организационной форме учебного процесса, ориентировать его на эвристический уровень деятельности.

Если исходить из системного анализа учебно-познавательного процесса, то в нем можно выделить три этапа: мотивационный, организации и выполнения собственно познавательной деятельности учащихся и контрольно-корректировочный (Беспалько В. П.). Первый подготавливает студентов к активной познавательной деятельности, включает их в творческую работу, способствует использованию современных приборов и оборудования, требует установления связи темы лабораторного занятия с научными и техническими проблемами и т. д. Второй этап предусматривает формирование интеллектуальных и практических умений и навыков, обучение студентов эвристической деятельности. Понятно, творческие процессы вообще, и в обучении в частности, очень трудно поддаются алгоритмизации. Легче составлять и усваивать конкретные алгоритмы по решению типовых задач, сложнее конструировать предписание, обеспечивающее овладение учебной информацией в нестандартных условиях. В последнем случае требуется такая организация учебно-познавательной деятельности, при которой обучаемый способен каждый раз либо самостоятельно составлять новый алгоритм действий, либо получать его путем трансформации (комбинации) ранее известных.

В психолого-педагогических исследованиях такая задача связывается с необходимостью построения ориентировочной основы действий третьего типа (см.: Талызина Н. Ф.). Такая основа в сравнении с другими ее типами характеризуется большой обобщенностью (путем выделения существенных для выполнения действий свойств предмета), полнотой, а также самостоятельностью ее составления, что делает ее весьма привлекательной

для реализации задач развивающего обучения. Учебные действия, сформированные на ее основе, характеризуются меньшим временем усвоения, большей устойчивостью и широтой переноса.

Анализируя учебные задания, важно, имея в виду главную цель, учитывать промежуточные. Например, для получения конечного результата лабораторной работы студент должен научиться планировать свои действия, анализировать причины допущенных ошибок, составлять принципиальные схемы экспериментальных установок и т. п. Поэтому для повышения эффективности учебной работы необходимо решить вопрос о соотношении, соподчинении их в цепи той или иной конкретной деятельности. С промежуточными целями связано выполнение определенных этапов решения предметных задач. Можно предположить, что предварительное выделение этих этапов будет способствовать формированию требуемых способов и содержания учебно-познавательной деятельности.

Детализированная структура каждого цикла включает в себя: 1) опорную модель действий (принципиальная основа выполнения учебного задания); 2) исполнительную модель действий (план, способ, методика выполнения учебного задания); 3) выполнение действий; 4) выделение полученного результата; 5) контроль соответствия полученного результата требуемому; 6) диагностику причин несоответствий и погрешностей полученного результата; 7) прогнозирование возможных вариантов действий; 8) принятие решения, выбор наиболее подходящего варианта действий; 9) коррекцию исходной исполнительной модели действий и т. д.

Эта структура взята в качестве принципиальной основы решения нашей задачи, что позволяет, абстрагируясь от содержания конкретных учебных дисциплин, расчленить познавательную деятельность на относительно самостоятельные действия, которые должны выполнять студенты и которым необходимо их обучать. Исходя из указанной выше структуры, можно изложить и описания к лабораторным работам.

Заметим, подобная алгоритмизация не препятствует формированию творческого мышления обучаемых, поскольку в обобщенном виде отражает общую структуру решения предметных задач, лишь приближенно представляет процесс движения от замысла до результата. Однако усвоение учебной деятельности на уровне такого алгоритма — задача трудная, почти непосильная для большинства студентов. В силу этого в качестве наиболее оптимального может рассматриваться вариант лабораторных заданий, сочетающий обобщенную алгоритмизацию с системой эвристических предписаний, которые могут быть выражены в форме наводящих вопросов, указаний, частичных разъяснений.

Опуская подробные описания хода выполнения работы, отметим главное: студентам предстоит уяснить цель, вспомнить теоретический материал по теме, сделать упражнения по составленному плану, получить и обработать экспериментальные результаты, сформулировать выводы и т. п.

Специальные задания образуют систему, использование которой

направлено на формирование у студентов ряда важных мыслительных функций (анализ, синтез, обобщение и т. п.). В примерный перечень заданий входят следующие: 1) определите цель работы, 2) сформулируйте принцип ее выполнения, 3) оцените приемлемость полученного результата, 4) объясните, почему получен неправильный (недостаточно точный) результат, 5) какие выводы можно сделать из полученных результатов.

В нашей практической работе было замечено, что рефлексивный анализ собственной деятельности усиливает интерес студентов не только к выполнению работ практического характера, но и к ее теоретическому анализу. Они более целеустремленно и осознанно выполняли задания.

Беседы со студентами позволили установить положительное отношение большинства из них к повышенной самостоятельности в выполнении практических работ. Отрадно, что студенты наших экспериментальных групп все реже и реже обращались за помощью к преподавателю и чаще – к товарищам по группе. А это означает, что студенты подходят к тому этапу работы, когда вооруженность специальными знаниями и умениями подводит их к возможности и потребности самостоятельной деятельности. Таким образом, целенаправленное выстраивание комплекса практических занятий со студентами формирует у них готовность к проектной деятельности.

Использованные источники:

1. Лукоянова Т.В. МЕТОД ПРОЕКТОВ, КАК ОДИН ИЗ НОВЫХ МЕТОДОВ В ПЕДАГОГИКЕ//Современные проблемы науки и образования. 2009. № 6-1. С. 61.
2. Горбатюк В.Ф. МОДЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ НА ОСНОВЕ СИНЕРГЕТИКИ И МЕТОДЕ МЕТА-ПРОЕКТОВ//Фундаментальные исследования. 2012. № 6-2. С. 355-359.
3. Ходзицкая Е.А.НАВСТРЕЧУ МЕТОДУ ПРОЕКТОВ//Наука 21 века: вопросы, гипотезы, ответы. 2013. № 2. С. 82-85.
4. Гулиянц С.Б. МЕТОД ПРОЕКТОВ В РАБОТЕ СО СТУДЕНТАМИ//Социальная политика и социология. 2009. № 1 (43). С. 304-310
5. Сухорукова Г.П. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБА ФОРМИРОВАНИЯ АКТИВНОЙ ЖИЗНЕННОЙ ПОЗИЦИИ СТУДЕНТОВ//Вестник алтайской науки. 2009. № 4. С. 25-27.

Карельская Л.П., к.фил.н.
доцент
кафедра «Социальных технологий»
Южный федеральный университет
Солодовникова Н.
студент 3 курса
направление подготовки «Социальная работа»
Россия, г. Ростов-на-Дону

РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ КАК СОЦИАЛЬНОГО ЛИФТА В БОРЬБЕ С БЕДНОСТЬЮ

Аннотация. *В статье рассматриваются роль социального лифта в сфере образования для борьбы с бедностью, выявляются причины низкой эффективности его функционирования в нашей стране.*

Ключевые слова: *бедность, социальный лифт, равный доступ к качественному образованию, как способ борьбы с бедность.*

Annotation. *The article discusses the role of social elevator in the field of education to combat poverty, identifies causes of low efficiency of its functioning in our country.*

Keywords: *poverty, social elevator, equal access to quality education, as a way to combat poverty.*

Борьба с бедностью является остроактуальной для многих стран мира, в том числе и для нашей страны. В 2000-е годы российским правительством был проведен ряд мер, способствующих сокращению числа бедных. Однако, в условиях кризиса число людей, живущих на доходы ниже прожиточного минимума не сократилось. По данным Росстата, в первом полугодии 2015 года в таком положении оказалось 21,7 млн россиян, или 15,1%. За тот же период 2014 г. за чертой бедности находилось 13,1% граждан, т.е. число бедных возросло на 2,8 млн человек. [1]

Строго говоря, бедность преодолеть нельзя. Она будет всегда и везде, а потому борьба с ней является одним из главных мандатов ряда международных организаций - ООН, Всемирного Банка, МОТ и других. Во многих странах мира в интересах более устойчивого социального, экономического и политического развития разработаны и осуществляются «Национальные планы борьбы с бедностью». Практика показывает, что наиболее распространенной формой борьбы с бедностью является обеспечение социальных гарантий, социальная защита населения.

Вместе с тем, опыт показывает, что сведение борьбы с бедностью к государственной форме поддержки приводит к пассивному поведению и ожиданию населения. В силу этого в ряде стран правительства стремятся разрабатывать национальные проекты, направленные на создание доступных механизмов «социального лифта» для всех, в том числе для социально уязвимых, категорий населения. В качестве такого лифта чаще всего выступает система образования. Получение образования позволит реализовать карьеру человеку, изменить социальный статус, разорвать

порочный круг самовоспроизводящейся бедности, т.е. увеличить доходы и улучшить материальное благосостояние. Образование предоставит больше возможностей для индивидуального выбора, для более бережного отношения человека к своему здоровью, и будет способствовать активному участию в жизни общества.

Сегодня россияне возглавляют список самых образованных людей в мире. Так 54% населения имеют диплом колледжа, в то время, как в США – 43%. Это больше, чем в Британии (41%), Австралии (41%). [2]

Образованные люди, как правило, составляют основу среднего класса, что во многом определяет его специфику и качественные особенности. Каковы эти люди, таков и средний класс, а, следовательно, и общество в целом. Лучший способ борьбы с бедностью — это рост среднего класса. Но является ли получение высшего образования универсальным механизмом социального лифта в нашей стране?

В нашей стране образование скорее выступает «социальным тромбом». По данным Института философии РАН большинство россиян за последние десять лет не смогли повысить свой социальный статус. [3] Номинально любой выпускник средней школы может поступить в вуз. Но качество образования в маленьких городах и общеобразовательных школах не позволяет успешно сдавать вступить экзамены, даже на основе тестов ЕГЭ. Можно воспользоваться услугами репетиторов, пойти на подготовительные курсы и платные занятия в школе и компенсировать разрыв между школьными занятиями и вузовскими требованиями. Однако, прибегнуть к ним могут только те, у кого стартовые условия были изначально выше. Это приводит к тому, что «шансы на повышение шансов» тоже неравны.

Объяснение такой ситуации выходит за рамки рассмотрения только системы образования и ее явного несовершенства, здесь следует учитывать состояние экономики, спрос на профессии, требования, предъявляемые к специалистам, прозрачность карьерной лестницы и другие. Обзор прессы и исследования, проведенные учеными, позволяют обратить внимание на следующие моменты - низкий социальный статус высококвалифицированных специалистов (ученые, врачи, педагоги); на рынке труда в основном востребованы рабочие специальности; слабая подготовка выпускников вузов; на первое место в качестве гарантов успешности выходит не профессионализм, а нужные связи, умение подстраиваться под начальство и т.д.

В общественном мнении утверждается прагматизм - если получать высшее образование, то в тех сферах, где можно получать хорошую зарплату, но учеба на этих факультетах, как правило, платная и самая дорогая (врачи-стоматологи, юристы, экономисты).

Сложность в создании и функционировании социального лифта состоит в том, что проблемы присущие мировому кризису и бесспорно проявляющиеся в нашей стране, наложились на специфические национальные проблемы во всех сферах жизнедеятельности. Здесь

необходим переход на инновационный сценарий борьбы с бедностью, который поможет преодолеть неграмотность и культурную отсталость, обеспечить свободный доступ к образованию всех слоев населения, позволит нарастить научно-технический потенциал, способный вывести страну на новый уровень экономического и социального развития.

Сегодня многое подвергается критике и предлагается целый ряд конструктивных вариантов выхода из создавшейся ситуации, представляется, что нет необходимости изыскивать что-то новое, может быть надо поискать, что действительно работает по - настоящему эффективно и понять, почему оно может вопреки всему работать.

Использованные источники:

1. Кувшинова О. По итогам первого полугодия за чертой бедности оказался каждый седьмой россиянин [Электронный ресурс]. − Режим доступа. URL: http://www.vedomosti.ru/economics/articles/2015/09/09/608065-za-chertoi-bednosti-okazalos-217-mln-rossiyan-kazhdii-sedmoi
2. Фролич. С. Самые образованные страны в мире [Электронный ресурс]. − Режим доступа. URL: http://polismi.ru/ekonomika/globalizatsiya-za-i-protiv/816-samie-obrazovannye-strany-v-mire.html
3. Селиванова О.А. Проблема деформации социальных лифтов в современной образовательной сфере. http://cyberleninka.ru/article/n/problema-deformatsii-sotsialnyh-liftov-v-sovremennoy-obrazovatelnoy-sfere

Карельская Л.П., к.фил.н.
доцент
кафедра «Социальных технологий»
Южный федеральный университет
Кулинцева Ю.
студент 4 курс
направление подготовки «Социальная работа»
Россия, г. Ростов-на-Дону

ФАКТОРЫ, ОБУСЛАВЛИВАЮЩИЕ ПОЯВЛЕНИЕ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Аннотация. *В статье рассматриваются социально-психологические особенности детей младшего школьного возраста. Авторы показывают роль негативных взаимоотношений в семье и школе в формировании агрессивного поведения школьников.*

Ключевые слова: *младшие школьники, агрессивное поведение, источники агрессивности, семейная и образовательная среда, деятельность педагога по проведению профилактики и коррекции агрессивного поведения.*

Annotation. *The article deals with the social and psychological characteristics of children of primary school age. The author shows the role of negative relationships in the family and school in the formation of aggressive behavior of pupils*

Keywords : *junior high school students , aggressive behavior , sources of*

aggression , family and educational environment , the activities of the teacher for the prevention and correction of aggressive behavior.

Сегодня наблюдаются кризисные явления в школьной среде, которые сопровождаются снижением этических и нравственных критериев, жестокостью, нетерпимостью к одноклассникам, людям других национальностей, социального положения.

Агрессивное поведение детей – это не просто тревожное явление, а весьма серьезная социальная, педагогическая и психологическая проблема, поскольку она, негативно сказывается не только на процессах личностного развития и социализации детей в последующих возрастных периодах, но и подрывает их здоровье, приводя в состояние трудно контролируемого возбуждения.

Как отмечают педагоги, число таких детей растет год от года. Для снижения агрессивных проявлений в поведении учеников, учитель должен понимать причины и проявления таковых, учитывать возрастные особенности ребенка.

Младший школьный возраст называют вершиной детства. К этой группе относятся дети от 6 до 10 лет, обучающиеся в 1-4 классах начальной школы. Этот период является важным в жизни человека, это выход на новый возрастной этап, это много новых возможностей. В младшем школьном возрасте ребенок впервые начинает заниматься значимой, общественно оцениваемой учебной деятельностью, самостоятельно принимает решение как ему поступать в определенных ситуациях, осознает себя личностью, стремится к совершенству. Сохраняя такие детские качества, как легкомыслие и наивность, ребенок утрачивает детскую непосредственность в поведении, формирует другую логику мышления.

Что же способствует росту в этом возрасте агрессивных школьников? В большинстве случаев, агрессивное поведение проявляют очень одинокие и ранимые дети, они постоянно ощущают себя брошенными и никому не нужными. Именно они нуждаются во внимании и понимании взрослых, в их ласке и заботе, ведь агрессия таких детей – это отражение их внутреннего дискомфорта, неумения правильно реагировать на происходящие вокруг них события, незнание как защитить себя, отчаянная попытка быть любимым и нужным, это способ привлечения к себе внимания.

Чаще всего агрессивное поведение по этой причине наблюдается у детей из неблагополучных и неполных семей. Из-за отсутствия должного внимания и заботы, они проходят социализацию на улицах, в кругу таких же асоциальных детей и подростков постарше. В семье они растут в атмосфере грубого поведения родных, где изо дня в день становятся свидетелями ругани, хамства, унижения друг друга, оскорбления и воспринимают это как норму поведения.

Как ни покажется странным на первый взгляд, источником агрессии может стать и излишнее внимание родителей к ребенку (гиперопека). [1] Ребенок привыкает к восхищению, к тому что почти все его проблемы

решают за него родители, а потому в жизненных ситуациях теряется, не способен самостоятельно принимать решения. Все это приводит к серьезному внутреннему конфликту, стрессу. Ребенок пытается решить свои проблемы с помощью скандалов с окружающими или наблюдается аутоагрессия — агрессия, направленная на самого себя.

Источником агрессивного поведения детей в школе могут быть проблемы с успеваемостью, когда отстающий ученик с помощью девиантного поведения компенсирует свои неудачи и промахи в учебе. Грубое, наглое поведение, неуравновешенность отталкивает одноклассников. Дети обычно избегают, боятся и «тихо ненавидят» таких ребят, попросту не хотят с ними дружить. Это приводит к изоляции, к систематическим конфликтным ситуациям, к дракам.

Ситуация может быть обострена некомпетентными действиями учителя и воспитателя, (навешивание ярлыков ученикам типа «ты плохо воспитан» или «из тебя ничего толкового не получится»). [2] Это совершенно недопустимо в работе с детьми, т.к. завышенная требовательность, постоянная нервозность учителей может провоцировать агрессивное поведение, опять же как защитный механизм детей от внешних раздражителей.

В классах начальной школы повышенного внимания требуют тревожные, демонстративные и легко возбудимые дети, которые не могут понять причину такого состояния, отвергают помощь со стороны окружающих и укрепляются во мнении, что ситуацию изменить нельзя.

Учителя и родители в общении с такими детьми должны быть осторожны и корректны, сдержанны, они должны учитывать потребности и интересы детей, стараться включать их в коллективные отношения, иначе такие дети могут попасть в «группу риска».

Многие не обращают внимания на агрессивные вспышки в младшем школьном возрасте, говоря о том, что это пройдёт. Но все это приводит к тому, что ребенок начинает проявлять агрессивное поведение к сверстникам, учителям и родителям. Взрослые не должны отворачиваться от таких детей и оставаться равнодушными к их проблемам. Наоборот, стоит разобраться и понять, чем же обусловлено агрессивное поведение детей, и попытаться найти к ним подход, помочь в преодолении агрессии.

Работа педагога по проведению профилактики и коррекции агрессивного поведения детей младшего школьного возраста может быть успешной, если педагог способен оказать индивидуальную помощь ребенку и правильно выстроить с ним взаимодействие, а ребенок должен быть готов принять предложенную помощь.

В заключении следует отметить, что у истоков проблем агрессивного поведения детей лежат в первую очередь проблемы в семье, а также трудности, связанные с неуспеваемостью в учении, и в школе, в проблеме установления контактов со сверстниками. В данном случае, учителям и родителям стоит задуматься, понять и разобраться, почему же на

сегодняшний день семья и современная школа стали «зоной риска» для значительного количества детей, местом передачи им негативного социального опыта.

Использованные источники:

1. Волкова. Е.И. Трудные дети или трудные родители? М.: Профиздат, 1992. 94 с.
2. Воронин Г.Л. Конфликты в школе // Социс. 1994. №3. С. 94-97.

Клочкова Л.В.
аспирант
кафедра педагогики и психологии профессионального образования
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»
Россия, г. Ставрополь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ЛИЧНОСТНОЙ ЗРЕЛОСТИ СТУДЕНТОВ

Аннотация. Представлена характеристика и особенности гуманитарных образовательных технологий в вузе, их возможности в развитии личностной зрелости студентов, обеспечении субъектной позиции всех участников образовательного процесса в вузе.

Ключевые слова: гуманитарные технологии, образовательный процесс, личностная зрелость, субъектная позиция студентов, диалогичность

Начало третьего тысячелетия характеризуется «глобальными инновациями» во всех областях культуры, экономики, техники, общественной жизни. По мнению исследователей «инновации преобразуют всю систему отношений человека с миром и самим собой. Глобальные инновационные процессы сопровождаются ускорением развития всех сторон общественной жизни, что обостряет и углубляет противоречие между темпами общественного и индивидуального социокультурного развития» [3].

Динамичные изменения в обществе и образовании детерминируют активный научный поиск инновационных технологий целостного развития личности, ее профессиональной культуры.

Современные вузы, перейдя на многоуровневую систему образования, призваны обеспечить подготовку личностно зрелых специалистов, способных к активной профессиональной и социальной деятельности в условиях инновационной экономики, готовых к творческому поиску решений в ситуации неопределенности; готовых к сотрудничеству, к проектной работе в междисциплинарном контексте.

Однако решение проблем развития личностной зрелости будущих специалистов осложняется тем, что в вузах все еще сохраняется традиционная практика обучения, основанная на субъект-объектных

отношениях.

Одним из путей инновационного образования, в основе которого лежит антропоцентрическая идея, является обеспечение таких форм взаимодействия в диаде «преподаватель-студент», которые создавали бы наиболее благоприятные условия, как для развития профессиональной компетентности студентов, так и развития компонентов личностной зрелости: самостоятельности, активности, ответственности, позитивного отношения к миру, сформированности самосознания и ценностно-смысловой сферы.

В условиях широкого распространения личностно-ориентированных моделей и концепций образования особое значение приобретают гуманитарные образовательные технологии.

Мы разделяем позицию В.П. Соломина, который выделяет ряд обстоятельств, актуализирующих роль гуманитарных технологий в современном образовании.

«Во-первых, происходящие социально-экономические преобразования обусловили обновления системы образования, когда во главу угла ставятся взаимоотношения в системе «человек - человек».

Во-вторых, гуманизация образования, отказ от авторитарного стиля руководства требуют поиска новых средств, методов, форм организации конструктивного общения участников образовательного процесса, способствующего обеспечению психологической безопасности образовательной среды.

В-третьих, усиление гуманитаризации предполагает повышение эффективности образовательного процесса на основе знания особенностей воспитанников и учеников, что предполагает анализ интересов, потребностей, мотивов, то есть гуманитарных знаний об их личности.

В-четвертых, происходит изменение отношения педагогов к пониманию жизненной успешности. Сегодня педагоги все больше стремятся к самоактуализации в профессиональной деятельности, убежденности в своих профессиональных способностях, уважению коллег и учеников [8].

Если исходить из названия, то гуманитарные технологии – это технологии, ориентированные на развитие человеческой личности и на создание соответствующих условий для этого. Другими словами – это способы совершенствования моральных и этических норм, способы развития интеллектуального потенциала и физического состояния [10].

Н.В. Бордовская под гуманитарными технологиями в вузе понимает средства создания:

«организации и регулирования взаимодействия преподавателя со студентами как субъектами вузовского образовательного процесса, позволяющие осознать и свободно выразить свое, ценностно-смысловое отношение к обучению в вузе, к условиям и способам организации образовательного процесса в вузе;

-условий для анализа, оценки, понимания и принятия субъектами

вузовской среды требований к обучению в вузе, к будущей профессиональной деятельности;

-возможностей, позволяющих субъектам вузовского образовательного процесса понять смысл всех своих видов деятельности в вузе, соотнести и определить образ своего желаемого будущего как специалиста, гражданина, члена поликультурного общества;

-условия для актуализации, реализации и развития личностного потенциала у каждого субъекта вузовского образования; понимания своего интеллектуального, творческого потенциала как возможность для продолжения своего образования, самообразования и саморазвития» [1].

Рассматривая сущность и содержание гуманитарных технологий, В.И. Чупрасова подчеркивает, что гуманитарные технологии — это «система научно-гуманитарных знаний, использование которых позволяет реализовать конкретный человековедческий замысел при помощи определённых условий, средств и способов» [11]. В качестве объекта гуманитарных технологий выступают жизнь и деятельность отдельной личности, различные социальные общности, взаимодействие человека и природы. Это самые наукоёмкие технологии.

Отличительными признаками гуманитарных технологий являются: рефлексивность (отражение процессов самопознания, самосознания, самовыражения личности, другими словами, их направленность на развитие рефлексивных компетенций); вовлеченность субъекта в процесс принятия решения (направленность технологии на развитие субъектной позиции педагогов) и ориентация на освоение гуманитарной культуры, отраженной в «тексте» и отражающейся через текст, то есть через «особые» нематериальные элементы: различного типа знания, идеи, схемы, конструкторы, знаковая среда, квалификации, человеческая психика, ответственность, авторитет и т.д. [6].

Среди выделенных в психолого-педагогической литературе особенностей гуманитарных технологий особое место занимает диалогичность.

Условия диалога в гуманитарной технологии обеспечивается путём преднамеренного конструирования субъект-субъектных отношений, обуславливающих характер индивидуально-личностных изменений учителя и учащихся. И.А. Колесникова специально подчеркивает, что «гуманитарной технологии свойственна открытость целей работы с человеком, отсутствие манипулятивности в деятельности педагога. Открытость возможно обеспечить через прояснение смысла совместных действий, коллегиальность в формировании и выборе цели, предъявление целей для экспертизы всем заинтересованным лицам, возможность их коррекции, изначально заложенную в алгоритм технологии» [5]. Следует особо подчеркнуть, что «в основании гуманитарной технологии лежит внутренняя логика развития прогнозируемого качества, а не внешнее формальное следование

умозрительно запланированным этапам работы или закономерностям гипотетического построения той или иной образовательной модели» [5].

Гуманитарность педагогической технологии проявляется в возможности её влияний на интегральные характеристики человека (потребности, интересы, мотивы, ценностные ориентации, установки, смыслы), определяющие динамику личностной системы в целом.

Владение гуманитарными образовательными технологиями предъявляет особые требования к уровню профессиональной, в том числе методической компетентности, преподавателей вуза, владеющих системой современных предметно-специальных и психолого-педагогических знаний о дидактически целесообразном изложении основ наук с учетом возрастных и индивидуально-личностных особенностей студентов, о специфике познавательной деятельности в условиях информационно насыщенной образовательной среды; способность к критическому осмыслению инновационных методических знаний и выбору оптимальных способов решения инновационных методических задач [4; 7].

По мнению Э.Ф. Зеера и О.Н. Шахматовой, в состав ключевых квалификаций педагога высшей школы, нацеленного на личностно ориентированное обучение, должны входить:

- «действенный педагогический гуманизм - присоединение к эмоциональному состоянию учащихся, сопереживание и оказание помощи в преодолении негативных эмоций и субъективных трудностей;
- поливалентная профессионально-технологическая компетентность - социально-экономические и правовые знания, общепрофессиональные знания и умения в области измерения, диагностики, информатики, гигиены и охраны труда;
- социально-коммуникативная компетентность - знания, умения и способности, обеспечивающие личностно ориентированное общение и педагогическую фасилитацию;
- социальный интеллект - способность, определяющая продуктивность взаимодействия с учащимися, а также регулирующая познавательные процессы, связанные с отражением социально-психологических отношений;
- сверхнормативная профессионально-педагогическая активность - готовность и потребность в инновационной деятельности, проявление творческой инициативы, превышение нормативных профессиональных функций и должностных обязанностей;
- социально-психологическая толерантность - терпимость к подростковому образу жизни и поведению, этническим особенностям; эмоциональная устойчивость и самообладание;
- педагогическая рефлексия - качество, позволяющее анализировать собственные поступки, знать самого себя и понимать, как учащиеся отражают личностные реакции и когнитивные представления педагога;

- организованность - способность организовать свою деятельность, профессионально-образовательный процесс и учебную деятельность учащихся; выражается также в самостоятельности, требовательности и волевом самоконтроле;
- социальная ответственность - способность к осуществлению самоконтроля и контроля за взаимодействием с учащимися, прогнозирование и коррекция профессионального становления учащихся;
- сенсомоторные способности - психофизиологические свойства, обеспечивающие продуктивное (качественное и производительное) выполнение производственно-технологических действий и операций» [2].

В исследованиях А.С. Роботовой особо подчеркивается роль коммуникативных компетенций преподавателя, владеющего гуманитарными технологиями [8]. С ее точки зрения, «субъект гуманитарных технологий должен уметь слушать и слышать другого. Владеющий гуманитарными технологиями человек с необходимостью должен уметь проектировать и анализировать речевые ситуации, владеть искусством публичного выступления, уметь работать с различными документами и правильно их интерпретировать». Он должен уметь быстро и точно интерпретировать речь собеседника, оппонента, включаться в диалог, полилог, избирать адекватное педагогической цели, педагогической логике речевое поведение. Именно поэтому гуманитарные технологии должны быть поддержаны хорошей филологической образованностью (практическим её аспектом), психологической тонкостью и педагогической компетентностью. Специалист в области гуманитарных технологий должен уметь быстро и тонко интерпретировать семантику речевых высказываний, реакций, поведения и в соответствии с этим принимать педагогические решения.

Таким образом, проведенный анализ психолого-педагогической позволяет определить основные направления использования гуманитарных образовательных технологий в развитии личностной зрелости студентов:

- осознание преподавателем психолого-педагогических предпосылок гуманитарных образовательных технологий;
- осмысление ценностно-смысловых системообразующих компонентов образовательного процесса гуманитарного типа;
- осмысление, анализ и устранение неэффективных и непродуктивных приемов взаимодействия со студентами и коллегами;
- рефлексивный самоанализ процесса и результатов профессиональной деятельности, установка на преодоление отсталых и рутинных приёмов работы со студентами;
- изменение ценностных ориентаций, осознание и преодоление стереотипов профессиональной деятельности.

Использованные источники:

1. Бордовская, Н.В. Гуманитарные технологии в вузовской образовательной практике: теория и методология проектирования: учебное пособие /Н.В.

Бордовская // СПб.: ООО «Книжный дом», 2007. – 408 с.
2. Зеер, Э.Ф., Шахматова, О.Н. Личностно-ориентированные технологии профессионального развития специалиста: науч.-метод. пособие /Э.Ф. Зеер, О.Н. Шахматова/ Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. проф.-пед. ун-та, 1999. — 245 с.
3. Игропуло, И.Ф. Методология разработки теории управления инновационными процессами в образовательном учреждении /И.Ф. Игропуло/ Автореф. дис...докт. пед. наук, Ставрополь, 2004. - 46 с
4. Игропуло, И.Ф., Уманская, А.В. Структура методической деятельности преподавателя вуза при переходе к новым образовательным стандартам/ И.Ф. Игропуло, А.В. Уманская// Вестник Северо-Кавказского федерального университета.- 2012.- № 3 (32).- С. 158-162.
5. Колесникова, И.А. Педагогическая реальность: опыт межпарадигмальной рефлексии. Курс лекций по философии педагогики / И.А. Колесникова// – СПб.: «ДЕТСТВО-ПРЕСС», 2001. – 288 с.
6. Компетентностная модель современного педагога : учеб.-метод. пособие/ - Спб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. - 158 с.
7. Кривулина, О.П., Манаева, И.В, Игропуло, И.Ф. Гуманитарные технологии подготовки педагогов к инновационной деятельности /О.П. Кривулина, И.В. Манаева, И.Ф. Игропуло // Новое слово в науке: перспективы развития IV Международная научно-практическая конференция. - Чебоксары, 2015. -С. 115-117.
8. Роботова, А. С. Гуманитарность и гуманитарные технологии/ А.С. Роботова // Вестник Герценовского университета. -2008. -№ 5
9. Соломин, В. П. Гуманитарные технологии как инновация в образовании / В.П. Соломин //Вестник Томского государственного педагогического университета. -2011. -№4
10.Сорокопуд, Ю.В., Клименко, О.В., Хадикова, Е.Н., Корсун, Д.А. Применение гуманитарных технологий в высшем профессиональном образовании Ю.В. Сорокопуд, О.В. Клименко, Е.Н. Хадикова, Д.А. Корсун //Научно-методический электронный журнал "Концепт". -2014.- Т. 12.- С. 436-440
11.Чупрасова, В.И. Современные технологии в образовании/ В.И. Чупрасова /. -Владивосток, 2000

Костюкова Е.И., доктор экономических наук
профессор
кафедра «Бухгалтерский управленческий учет»
Лорсанова Х.А.
студент 1 курса
факультет «Учетно-финансовый»
направление «Учет, анализ и аудит»
Ставропольский государственный аграрный университет
Россия, г. Ставрополь

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В ПЧЕЛОВОДСТВЕ

Аннотация: В статье рассмотрены объекты учета в пчеловодстве, направления ведения пчеловодства и методика калькулирования себестоимости продукции, представлен анализ себестоимости продукции в динамике за 2012-2014 гг.

Ключевые слова: продукция пчеловодства, мед, воск, себестоимость, калькуляция, затраты на производство.

Abstract: The article deals with accounting objects in beekeeping, bee direction of reference and methods of calculation of the cost of production, an analysis of the cost of production in dynamics for 2012-2014 years.

Keywords: bee products, honey, wax, cost, calculation, production costs.

В настоящее время занятие пчеловодством играет все большую роль. Пчеловодство занимает не последнее место среди других отраслей народного хозяйства. Мед, перга, маточное молочко — продукты, сохраняющие здоровье, продлевающие жизнь и работоспособность человека.

Производство мёда в России присутствует в каждом регионе. На основании данных представленных на сайте Федеральной службы государственной статистики о производстве товарного мёда по всем федеральным округам Российской Федерации за 2012-2014 гг. Приволжский федеральный округ является ведущим производителем продукции пчеловодства в России. В нем производится более 50 % продукции пчеловодства.

Лидером по производству продукции пчеловодства в Российской Федерации является Республика Башкортостан. На ее долю приходится 30 % всего производства товарного мёда в Приволжском федеральном округе и 10 % в Российской Федерации.

Таблица 1- Объекты учета затрат и исчисления себестоимости продукции пчеловодства

Объекты бухгалтерского учета производственных затрат	Объекты исчисления себестоимости продукции	Единица исчисления себестоимости продукции
Пчеловодство	Соты	1 шт.

(разведенческое, медовое, опылительно-медовое, опылительное)	Мед пчелиный Воск пчелиный Прополис Семья пчел Яд пчелиный Пыльца цветочная Маточное молочко Работа по опылению культур	1 шт. 1 ц. 1 кг. 1 шт. 1 г. 1 г. 1 г. 1 га.

В соответствии с Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях, утв. приказом Минсельхоза России от 06.06.2003 № 792, в пчеловодстве объектом калькуляции в пчеловодстве является мед.

Мед натуральный - продукт переработки медоносными пчелами нектара или пади. Сладкая, как правило, ароматная, бесцветная или с окраской от желтых до бурых тонов, сиропообразная либо закристаллизовавшаяся масса [5].

В таблице 1 приведены кроме основной продукции, также побочные продукты меда.

Таблица 2 – Себестоимость продукции пчеловодства

Продукция	Единица исчисления	Себестоимость всей продукции, тыс. руб.	Себестоимость единицы продукции, руб.
2012			
Мед	Ц	38534	14668,44
Рои	шт.	1208	1632,43
Воск	Ц	357	14280
Прочая продукция пчеловодства	Х	199	Х
2013			
Мед	Ц	43376	12439,35
Рои	шт.	1374	1396,34
Воск	Ц	295	9833,33
Прочая продукция пчеловодства	Х	380	Х
2014			
Мед	Ц	36983	13512,24
Рои	шт.	3389	3055,91
Воск	Ц	301	6404,26
Прочая продукция пчеловодства	Х	859	Х

В годовом отчете о финансово-экономическом состоянии товаропроизводителей АПК в ф. № 13 АПК «Отчет о производстве,

себестоимости и реализации продукции животноводства» представлена информация о численности пчелосемей, производстве продукции пчеловодства, производственная себестоимость как всей произведенной продукции, так и единицы конкретного вида, затраты по статьям на производство продукции пчеловодства, объемы реализации произведенной продукции, ее коммерческая себестоимость и выручка от ее реализации (табл. 2).

Себестоимость единицы продукции = Себестоимость всей продукции / Количество произведенной продукции [1].

С учетом имеющихся данных и данных по статьям затрат можно провести постатейный анализ себестоимости 1 ц меда в сельскохозяйственных организациях. Структура затрат рассчитывается отношением затрат, приходящихся на конкретную статью, к общей сумме произведенных затрат (табл. 3).

Структура затрат по конкретной статье = Затраты, приходящиеся на конкретную статью / Общая сумма произведенных затрат

Чтобы определить затраты в денежном выражении по статьям, требуется полученные доли затрат соотнести с себестоимостью единицы продукции, в данном случае с себестоимостью 1 ц мёда.

Затраты в денежном выражении по статьям = Доля затрат * Себестоимость 1 ц меда / 100

В структуре затрат при производстве 1 ц мёда наибольшая доля приходится на статьи «Корма», «Прочие» и «Оплата труда с отчислениями». Следует отметить тот факт, что статья «Корма» более чем на 85 % представлена кормами собственного производства. Это свидетельствует о том, что при производстве продукции пчеловодства мёд - основной продукт - идет не только на реализацию, но и его существенная часть остается на корм пчелам [7].

Статья расходов «Прочие» имеет большое значение, так как сюда входят такие затраты, как организация транспортировки на кочевку пчел, оплата за пользование медоносными ресурсами других организаций, приглашение специалистов [3].

В целом себестоимость 1 ц мёда в 2014 г. по сравнению с 2012 г. снизилась на 7,88 %, об этом свидетельствуют данные индексного анализа. Для расчета индекса затрат необходимо разделить данные затрат отчетного периода на данные затрат базисного периода.

Индекс затрат = Затраты, произведенные в отчетном периоде / Затраты, произведенные в базисном периоде * 100%

Индекс затрат в целом = 13512,24 / 14668,44 * 100% = 92,12 %

Аналогично были рассчитаны индексы по каждому виду затрат, представленные в табл. 3.

Сильное влияние на снижение затрат в целом оказало их сокращение по статье «Корма» на 9,72 %, в том числе за счет «Собственного производства» на 7,87 % [4].

Представленные выше расчеты показывают распределение затрат при медовом направлении пчеловодства, когда основной целью деятельности является производство меда, воска, роев. А как же обстоит дело с учетом затрат при медово-опылительном направлении пчеловодства, когда целью является как опыление сельскохозяйственных культур, так и получение продукции пчеловодства? Рассмотрим ответ на данный вопрос на примере.

Пример.

Предположим, что сельскохозяйственная организация в отчетном году имеет 165 семей пчел, которые она использует для опыления посевов клевера и гречихи. Затраты за текущий год составили 400 тыс. руб., по итогам работы была получена следующая продукция пчеловодства: 3750 кг меда, 150 кг воска, 54 семьи пчел. Посевы составляют: клевера -20 га, гречихи -50 га.

В данном случае бухгалтер, чтобы определить себестоимость произведенной продукции пчеловодства, должен из общей суммы затрат изъять затраты на опыляемые пчелами культуры. Для этого расчеты представим в табл. 4.

Таблица 4 – Распределение затрат на опыляемые пчелами культуры

Культура	Площадь, га	Количество семей пчел для опыления 1 га посевов, шт.	Количество семей пчел на всю площадь посева, шт.	Сумма затрат, приходящихся на семьи пчел, руб.	Затраты, отнесенные на опылении культур, %	Сумма затрат, относящихся на опыляемые культуры, руб.
1	2	3	4	5=4/165	6	7
Клевер	20	2	40	96970	30	29091
Гречиха	50	2,5	125	303030	30	90909
Итого	165	400000	-	120000	-	-

Таблица 5 – Калькуляция себестоимости продукции пчеловодства

Продукция	Количество	Цена реализации единицы продукции, руб.	Выручка от реализации, руб.	Доля в общей выручке, %	Общая себестоимость, руб.	Себестоимость единицы продукции, руб.
1	2	3	4	5=4/1165500*100%	6=5/100*280 000	7=6/2
Мед, кг	3750	250	937500	80,44	225232	60,1
Воск, кг	150	80	12000	1,03	2884	19,3
Семьи пчел, шт.	54	4000	216000	18,53	51884	960,8
Итого			1165500	100	280000	-

Оставшиеся затраты в объеме 280 000 руб. (400 000 - 120 000)

бухгалтер распределит между полученной продукцией пчеловодства пропорционально ценам их реализации. Данное распределение представим в таблице 5 [6].

Таким образом, из общей суммы затрат 400 000 руб. бухгалтер должен 120 000 руб. списать в дебет счета 20 «Основное производство», субсч. «Растениеводство», на затраты опыляемых культур [2].

Таким образом, выявленная себестоимость 1 кг меда составила 60,1 руб., 1 кг воска - 19,3 руб., 1 семьи пчел - 960,8 руб. Как видно из полученных расчетов, заниматься производством продукции пчеловодства рентабельно, так как цены реализации выше себестоимости более чем в четыре раза.

В конце можно сделать вывод о том, что существует довольно много методов расчета себестоимости готовой продукции. Руководству предприятия важно четко представлять себе отличия между ними, а также понимать, как именно выбор того или иного метода отразится на финансовом результате деятельности предприятия, так как расчет себестоимости продукции – важный показатель деятельности предприятия. Выбор метода расчета себестоимости и распределения затрат может оказаться одним из ключевых факторов правильности управленческих решений.

Использованные источники:

1. Воронова, Е.Ю. Управленческий учет: Учебник для бакалавров / Е.Ю. Воронова. - М.: Юрайт, 2013. - 551 с.
2. Костюкова Е.И. Бухгалтерский управленческий учет (для бакалавров). Учебное пособие / Е.И.Костюкова. – М.: КноРус, 2015. – 25 с.
3. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие / Н.П. Кондраков, М.А. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
4. Лысенко, Д.В. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / Д.В. Лысенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 478 с.
5. Хоружий Л. И. Место калькуляции себестоимости продукции в экономической науке // Бухгалтерский учет: взгляд из прошлого в будущее. - СПб.: Изд. центр СПбГУ, 2013. - С. 257-265.
6. Феськова М.В. Перспективы использования системы «директ-костинг» для целей управленческого анализа себестоимости и прибыли / Феськова М.В., Дариенко Я.В., Лазарева Е.В. // Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-3 (53-3). С. 892-895.
7. Костюкова Е.И. Организационно-методическое обеспечение управленческого учета затрат и калькулирования себестоимости продукции в винодельческих организациях / Е.И. Костюкова, М.В. Феськова. – Ставрополь, Агрус, 2015. – 236 с.

Курочкин В. Н., д.т.н.
профессор
Грищенко Л. П.
магистрант
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЕМ

Ключевые слова: экономика, управление, высшее образование, услуги, технологии управления, функции.

Из множества проблем, связанных с образованием, в настоящее время особо выделяется комплекс сложных вопросов, связанных с осмыслением сущности национальной образовательной системы, её становления и приоритетных направлений развития, выявления и обоснования условий, способствующих эффективности данных процессов. В той или иной степени эти вопросы освещены в трудах Е.П.Белозерцева, Б.С. Гершунского, О.В. Долженко, И.М. Ильинского, П.Ф. Каптерева, А.Ж. Кусжановой, Л.Л. Литвиненко, А. Л. Лиферова, В.Б. Миронова, Н.Д. Никандрова, В.Г. Паначина, В.Г. Пряниковой, З.И. Равкина, В.А. Сластёнина, В.Д. Шадрикова и др. Анализ теоретических исследований и практических шагов по совершенствованию национальной образовательной системы, изучение нормативных актов, посвященных образовательной политике, позволил выявить ряд противоречий между традиционными взглядами на развитие национальной системы образования и необходимостью осмысления данной проблемы с учётом требований модернизации российского образования, определяемых контекстом государственных преобразований начала XXI века и условиями вхождения в мировое образовательное пространство.

Систематизация выдвинутых противоречий позволила определить цель исследования, которая состоит в необходимости выявления и научного обоснования управления развитием системы отечественного образования, способствующих преодолению существующих на современном этапе противоречий развития системы российского образования и обеспечивающих опережающее развитие образования.

Конечным результатом такого исследования может стать разработка мероприятий по улучшению управления образованием.

Методологической основой исследования выступает система знаний о системах (открытых и закрытых), закономерностях и принципах развития систем образования как оказания услуг (сервиса) [1 – 3, 10, с. 10-24].

В качестве общенаучной методологии выступают работы в области методологии педагогических исследований, раскрывающие сущность системного подхода, В данном направлении известны труды А.П. Беляева, Г.А. Бордовского и Н.В. Бордовской, Б.С. Гершунского, Е.И. Казакова, В.А. Козырев, В.В. Краевского, А.М. Новикова, В.М. Полонского, В.Е.

Радионова, Ю.Г. Татур, В.Д.Шадрикова.

Теоретические источники исследования могут быть распределены по ряду направлений:

– философия образования (Б.С. Гершунский, Э.Н.Гусинский, И.М.Ильинский, Б.Т. Лихачев, Н.Д.Никандров, О.Н.Смолин) и др.);

– социокультурные особенности становления и развития образования и образовательных систем (Д. Белл, Б.М. Бим-Бад, О.В. Довженко и др.);

– непрерывное образование как социокультурный феномен (Е.П. Белозерцев, Г.А. Бордовский, З.И. Васильева, М.В. Кларин и др.);

– характеристика управления системами образования на современном этапе развития общества (В.А. Бордовский, В.Ю. Кричевский, С.А. Лазарев, О.Е. Лебедев, Л.Л. Литвиненко, А.А. Орлов, М.М. Поташник, И.И. Проданов, П.И. Третьяков, С.Ю. Трапицин, К.М. Ущаков и др.);

– особенности государственного, экономического и правового регулирования в системе образования (П.И. Евсеев, В.И. Ерошин, Ю.А. Тихомиров, И.Д. Фрумин, А.А. Ялбулганов и др.).

Рассмотрели функции образования и установили полномочия федеральных органов государственной власти в сфере образования:

– разработка и реализация единой государственной политики в сфере образования;

– предоставление высшего образования, в том числе обеспечение государственных гарантий реализации права на получение на конкурсной основе бесплатного высшего образования;

– организация предоставления дополнительного профессионального образования в государственных учреждениях образования;

– разработка, утверждение и реализация государственных и международных программ в сфере образования;

– создание, реорганизация, ликвидация федеральных государственных образовательных организаций;

– утверждение федеральных государственных образовательных стандартов;

– лицензирование образовательной деятельности;

– государственная аккредитация образовательных учреждений;

– государственный контроль (надзор) в области образования за деятельностью организаций, а также исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющие государственное управление в сфере образования;

– разработка и ведение Федеральной информационной системы, федеральных баз данных в области образования, включая обеспечение конфиденциальности персональных данных, содержащихся в соответствии с законодательством Российской Федерации;

– установление и присвоение государственных наград и почетных званий, ведомственных наград и званий работникам образования;

– разработка прогнозов подготовки, требования к профессиональной подготовке персонала на основе прогноза труда потребности рынка;

– обеспечивает осуществление мониторинга в системе образования на федеральном уровне;

– осуществляет иные полномочия в области образования, установленных в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Из анализа функций по методике исследования вопросов управления развитием социально-экономических систем [4, с. 98-108] следует, на наш взгляд, такой вывод: уровень менеджмента в образовании накладывает особые требования к управленческой культуры руководителя образовательного учреждения; частью их профессиональной и педагогической культуры должны быть традиционное представление о профессионально-педагогической культуры. Она определяется нормативными актами, традициями педагогической деятельности, педагогическими навыками и мастерством.

Существует взаимосвязь между материальной заинтересованностью работников и результатами оказания образовательной услуги [5, с. 517-519], учет перечисленных факторов позволяет реализовать резервы профессионального развития учреждения образования [6, с. 137-139] и соответственно повысить эффективность оказания образовательных услуг [7, с. 98-108]. Психолого-педагогическое исследование проблем педагогической культуры последних лет показывает ее в категории педагогических ценностей, педагогических технологий и педагогического творчества.

Актуальные вопросы совершенствования функций управления образованием – модернизация компонентов управленческой культуры: аксиологического, технологического и личностно-творческого.

Как известно, аксиологический компонент управленческой культуры руководителя формируется набором административно-педагогических ценностей, значением и смыслом руководства современной школой. В процессе управленческой деятельности руководитель осваивает новые теории и концепции менеджмента, навыки, В зависимости от степени их применения на практике они оцениваются как более значительные или менее значительные. В настоящее время имеют большое значение для эффективного управления знания, идеи, концепции, они могут выступать в качестве административных и педагогических ценностей.

В технологический компонент управленческой культуры менеджера в образовании ряд авторов включает методы и приемы управления педагогическим процессом. Технологии менеджмента предполагают решение конкретных педагогических задач, решение которых базируется на профессиональных навыков менеджера-управленца в области

педагогического анализа и планирования, организации, контроля и регулирования педагогического процесса. Уровень управленческой культуры директор школы зависит от уровня усвоения методов и способов решения проблем такого рода.

Личностно-творческий компонент управленческой культуры состоит, на наш взгляд, в том, что директор образовательного учреждения управляет творчески, алгоритм деятельности является креативным. Реализуя ценности и технологии управления, руководитель преобразует, интерпретирует их. Результат определяется личностными характеристиками менеджера и особенностями объекта управления. Очевидно, что управление образовательными системами является сферой приложения и реализации способностей личности. В управленческой деятельности директор самореализуется как личность, лидер, организатор и педагог. Каждое образовательное учреждение должно разрабатывает свой устав, отражающий актуальные вопросы управления.

В последние годы возникли новые типов школ, гимназии, лицеи и др., поэтому по решению Совета школы могут быть введены должности заместителя директора школы по новым перспективным направлениям работы. Например, заместитель директора по научной работе устанавливает контакты с учеными, преподавателями вузов. привлекает учителей своей школы к участию в научно-исследовательской работе и др. Заместитель директора школы по коммерции (руководитель-координатор) устанавливает связь со спонсорами, меценатами, определяет источники финансирования из внебюджетных источников.

Необходимо усилить роль педагогического комплексного анализа в управлении педагогическим процессом как значимой функции управления. Функции педагогического анализа в ее современном понимании развиваются в теории внутришкольного управления (Yu. A. Konarzewski).

Педагогический анализ структуры управленческого цикла занимает особое место: с него начинается и им заканчивается любой управленческого цикла, состоящий из ряда взаимосвязанных функций. Исключение педагогического анализа из контура управления деятельностью приводит к дезинтеграции. Это случается, если функции планирования, организации, контроля, регулирования не получили своего развития и обоснования.

При определении места и роли педагогического анализа необходимо учитывать тот факт, что управление педагогическим процессом осуществляется не напрямую, а опосредованно, и эффективность административной и педагогической деятельности во многом определяется тем, как менеджер применяет методы педагогического анализа.

В теории и практике управления в образовании для педагогического анализа существуют различные классификации в зависимости от объекта анализа, целей анализа, от его содержания. В соответствии с принятой классификацией имеются три типа анализа: параметрический, тематический, итоговый. Если темой параметрического анализа может быть отдельный

урок, предметом тематического анализа будет система уроков и системы внеклассных мероприятий: тематический анализ направлен на изучение более устойчивых, повторяющиеся зависимостей, тенденций в педагогическом процессе. Итоговый анализ проводится в конце четверти, семестра, учебного года и направлен на изучение основных результатов, необходимых предпосылок для достижения этих результатов.

Общее, что объединяет виды педагогического анализа - методология системного подхода.

Содержательную основу для окончательного анализа составляют анализа результаты по следующим направлениям:

– качество преподавания, соответствие подготовки преподавателя требованиям развивающейся школы; использование активных форм и методов обучения; реализация воспитательного потенциала урока; развитие индивидуальных талантов и способностей личности; оценки соответствия знаний, умений и навыков студентов;

– качество знаний, умений, навыков студентов (объем, глубина, системность, долговечность, осведомленности; типичные пробелов в знаниях и их причин; компьютерная грамотность; степень развития познавательных интересов и др.);

– состояние и качество методической работы; эффективность работы с родителями и общественностью;

– состояние здоровья преподавателей и студентов; эффективность деятельности совета школы, педагогического совета.

Целеполагание и планирование как функция управления школой: суть управления любой социально-экономической системой, в т.ч. образовательной, предполагает планирование. Планирование диктует необходимость постоянного развития, движения педагогической системы, создает объективную ситуацию, в которой в максимально возможны и разностороннее развитие личности, и самореализация творческого потенциала.

Цели и задачи учителя социально значимы, так как они являются отражением общих целей и задач общества. Особенности целеполагания в управлении педагогическими системами в том, что при разработке «дерева целей» недостаточно знать только объективные потребности общества: важно соотнести общую цель управления с учетом возрастных и индивидуально-психологических особенностей студентов при обучении. Выполненный анализ необходимо дополнить экономическим анализом деятельности по оказанию образовательных услуг, воспользовавшись известной методикой [8, с. 99-156]. Цели управления должно быть результатом реализации потребностей человеческого общества, они должны ставиться в соответствии с системным подходом к развитию данной отрасли [9, с. 85].

При анализе «дерева целей» управления необходимо цель представить

в виде ряда конкретных целей. Функция организации направлена на реализацию принятых решений, которые выполняют конкретные люди: учителя, дети, родители, представители общественности [10, с. 10-24]. Среди наиболее важных организационных форм хозяйственной деятельности, должны быть Совет школы, педагогический совет, совещания.

Тематический мониторинг направлен на углубленное изучение конкретного вопроса. Содержание тематического контроля состоит из контроля разных направлений образовательного процесса. Тематический контроль вводят как инновацию, как передовой педагогический опыт.

Использованные источники:

1. Курочкин, В.Н. Методические аспекты исследования вопросов управления развитием социально-экономических систем. – Вестник аграрной наук Дона, 2010, №2. – с. 98-108.

2. . Гречко М.В., Курочкин В.Н. Самоорганизация социально-экономических систем: концептуальные основы, аксиоматика - Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. № 32 (317). С. 36-45.

3. Курочкин, В.Н. Методологические аспекты исследования вопросов управления развитием социально-экономических систем. - Вестник аграрной науки Дона. 2010. № 2. С. 98-108.

4. Курочкин, В.Н. Методологические аспекты исследования вопросов управления развитием социально-экономических систем. - Вестник аграрной науки Дона. 2010. № 2. С. 98-108.

5. Курочкин, В.Н. и др. Влияние уровня профессионального развития персонала на результаты использования основных средств / В.Н. Курочкин, Л.П. Грищенко, Е.А. Шкоденкова. - Экономика и социум. – 2015. – № 4 (17) с. 513-516

6. Курочкин, В.Н.. Совершенствование механизмов материальной заинтересованности работников образования / В.Н. Курочкин, Н.А. Мурсалова. - Экономика и социум. – 2015. – № 4 (17). – с. 517-519.

7. Курочкин, В.Н. и др. Мероприятия по реализации резервов профессионального развития предприятия / В.Н. Курочкин, Н.А, Мурсалова, Е.Н. Резницкая. - Экономика и социум. – Теория и практика современной науки, 2015, №4.– с. 137-139.

8. Курочкин, В.Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: монография. - Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014. – 170 с.

9. Курочкин, В.Н. Системный подход к исследованию отраслевой экономики. – Вестник аграрной науки Дона, 2013, № 3 (23). – с. 84-93.

10. Курочкин, В.Н. и др. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги / В.Н Курочкин. А.В. Щербина, Л.П. Грищенко. - Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 196 с.

Маркова О.В., к.психол.н.
доцент
кафедра «Психология образования»
Школа педагогики
Дальневосточный федеральный университет
Россия, г. Уссурийск

УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ УЧИТЕЛЕ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

Статья посвящена проблеме взаимопонимания в педагогическом процессе. В ней проводится сравнительный анализ представлений об учителе у учащихся среднего звена, выявляются различия в представлениях об учителе, связанные с личностными характеристиками респондентов. В качестве личностной характеристики, опосредующей образ учителя у ученика, мы рассмотрели уверенность в себе.

Ключевые слова: механизмы межличностного познания, межличностное познание в подростковом возрасте, уверенность в себе в подростковом возрасте, проявление уверенности в себе, представление об учителе.

Под уверенностью в себя, зачастую, понимают способность индивидуума предъявлять требования во взаимодействии с социальным окружением и добиваться их осуществления. Уверенный в себе человек разрешает себе иметь запросы, требования, установки по отношению к самому себе, осмеливается их проявлять, преодолевая социальный страх и заторможенность, и обладает социальными навыками для этих запросов и установок [6].

Ю.В. Давыдов выделяет выделить следующие факторы, определяющие развитие уверенности в подростковом возрасте [4]:

- Умение адекватно оценивать себя (самооценка);
- Понимание сильных и слабых сторон своего характера (недостатки, достоинства);
- Определение цели и умение достигать ее;
- Уверенность в правильности своих действий, поступков;
- Способность справляться с негативными эмоциями, страхом;
- Развитие эффективных коммуникаций и создание уверенного поведения при общении.

Уверенность в себе является своеобразным индикатором таких личностных свойств, как самопринятие, самоценность, чувство собственного достоинства.

Е.П. Никитина отмечает, что формирование уверенности в себе, в подростковом возрасте, важное условие положительных успехов в дальнейшей жизни [5]. Кроме того, уверенность в себе, как личностная характеристика, по мнению Г. М. Головина и Т. Н. Савченко, определяет субъективную оценку качества жизни человека, обеспечивает адекватную

регуляцию поведения и деятельности [7].

Зная, что уверенность в себе, является фактором, определяющим поведение и деятельность, мы рассмотрели ее, как фактор, опосредующий межличностное понимание участников педагогического процесса. В частности, мы предположили, что подростки с различным уровнем уверенности в себе по-разному понимают и оценивают своих учителей. Возможно, что уровень уверенности в себе, связан с их склонностью выделять в одних и тех же социальных объектах (в нашем случае, учителях) совершенно разные характеристики.

Это предположение определило **цель исследования**: выявить взаимосвязь между уровнем уверенности в себе и представлениями об учителе в подростковом возрасте.

Эмпирическую базу исследования составили учащиеся 6 - 7 классов МБОУ СОШ №1 и МБОУ СОШ №2 п. Новошахтинский, Приморского края, в количестве 100 чел., из них 50 девочек и 50 мальчиков в возрасте 12-14 лет.

Для сбора эмпирических данных проводилось тестирование по методикам Т. Лири «Диагностика межличностных отношений» и А.М. методике Ромек В.Г. «Уверенность в себе».

Исследование проводилось в спокойной, привычной для испытуемых, обстановке. Они отнеслись к нему с интересом, в процессе выполнения тестовых заданий они сохраняли активность и работоспособность. Следовательно, полученные данные можно считать достоверными и принять к дальнейшей обработке

Необходимо отметить, что при проведении методики Т.Лири «Диагностика межличностных отношений», мы просили школьников дать характеристику не только реальному (типичному) школьному учителю, но и идеальному (эталонному) школьному учителю. Представления подростков об идеальном учители, во-первых, позволяют нам понять, какие характеристики педагога они считают «эталонными», во-вторых, оценить, насколько представления о «должном» в учителях совпадают с характеристикой реальных учителей, с которыми подростки взаимодействуют ежедневно

Для математико-статистической обработки эмпирических данных использовался расчет коэффициента ранговой корреляции по Спирмену (Rs). Математическая обработка проводилась при помощи лицензированного пакета программ SPSS.

Результаты выявления взаимосвязи между уровнем в себе и представлением о реальном учителе представлены в Таблице №1.

Таблица №1. Результаты выявления взаимосвязи между представлением о «реальном учителе» и уровнем уверенности в себе у подростков.

Сопоставляемые параметры	Уверенность в себе	Доминирование	Дружелюбие
	Rs		
1. Авторитарный	0, 207*	0, 464**	0,121
2. Эгоистичный	0, 118	-0, 246*	-0, 530**
3. Агрессивный	0,139	-,374**	-,617**
4. Подозрительный	0,073	-0,582**	-0,690**
5. Подчиняемый	0,060	-0,620**	-0,082
6. Зависимый	0,032	-0,379**	0,108
7. Дружелюбный	0,061	0,128	0,568**
8. Альтруистический	0,090	0,086	0,408**

Примечание: * - статистическая значимость при $p<0,05$; ** - статистическая значимость при $p<0,01$

Мы выявили, что уверенные в себе подростки обнаруживают в реальном учителе такие качества как властность, стремление к лидерству. Это можно объяснить тем, что они видят в учителях те свойства, которые признают в себе. Уверенный подросток чувствует себя значимым, способным преуспевающим, поэтому обнаруживать эти черты в педагоге ему легче, кроме того покровительство властного педагога, усиливает защищенность и безопасность.

Мы так же выявили, что подростки, стремящиеся к доминированию, признают в реальном учителе властность, авторитарность. При этом, они не видят в своих учителях эгоистичности, агрессивности, подозрительности, самоуверенности, требовательности, непримиримости, скептицизма, негативизма.

Высокий показатель по шкале дружелюбия у подростков позволяет им воспринимать своих педагогов, как альтруистичных и зависимых, при этом они не видят в своих учителях эгоистичности, агрессивности, подозрительности.

Полученные нами результаты наглядно демонстрируют «механизм проекции», который описывается в фундаментальных разработках по проблеме межличностного познания [1, 2, 3], при котором познающий склонен обнаруживать (приписывать) субъекту познания собственные черты личности и характера, что помогает ему выстраивать взаимодействие, т.к. делает другого человека более понятным.

Соответственно, чем в большей степени у подростков выражено стремление к лидерству в общении, к доминированию, тем менее они принимают такие личностные качества в педагоге как, уступчивость,

кротость, доверчивость, послушность, зависимость.

Чем выше стремление подростка к установлению дружественных отношений, к сотрудничеству с окружающими, тем более он склонен видеть в педагоге такие черты альтруистичность и зависимость.

Однако, как дружелюбные подростки, так и подростки склонные к доминированию не видят в своих реальных учителях эгоистичности, агрессивности и подозрительности.

Мы доказали, что представления о реальном учителе взаимосвязаны с уверенностью в себе у подростков. Далее мы исследовали, как взаимосвязаны те же личностные характеристики с представлением о должном в учителе. Результаты данного исследования представлены в Таблице №2.

Таблица №2. Результаты выявления взаимосвязи между представлением об «идеальном учителе» и уровнем уверенности в себе у подростков

Сопоставляемые параметры	Уверенность в себе	Доминирование	Дружелюбие
	Rs		
1. Авторитарный	0,161	0,384**	0,130
2. Эгоистичный	0,028	0,088	-0,246*
3. Агрессивный	-0,176	-0,208*	-0,087
4. Подозрительный	-0,174	-0,517**	-0,336**
5. Подчиняемый	-0,104	-0,537**	0,271**
6. Зависимый	-0,102	-0,442**	0,506**
7. Дружелюбный	0,087	-0,012	0,791**
8. Альтруистический	0,093	0,141	0,679**

Примечание: * - статистическая значимость при $p<0,05$; ** - статистическая значимость при $p<0,01$

Данное исследование не выявило статистически значимых связей между уровнем уверенности в себе подростков и их представлениями об «идеальном учителе». Однако, подростки с ярко выраженным стремлением к доминированию хотят, видеть в учителях авторитарность, как стремление к лидерству и властность, но при этом указывают, что учитель не должен быть непримиримым и жестоким, упрямым и скептически настроенным, не должен проявлять пассивную подчиняемость, зависимость и послушность. Подростки с высоким уровнем дружелюбия, напротив, хотят видеть в идеальном учителе подчиняемость, проявляющуюся в уступчивости и кротости, альтруистичность, проявляющуюся в отзывчивости и

бескорыстии, зависимость, проявляющуюся в доверчивости и послушности, дружелюбие. При этом они указывают, что учитель не должен быть эгоистичным и подозрительным.

Мы выявили, что представления об идеальном учителе у подростков во многом совпадают с характеристикой реальных учителей, это означает, что их окружают учителя, в целом, отвечающие их представлениям о должном. Так, подростки с выраженным стремлением к доминированию признают в реальном учителе властность, авторитарность. При этом, «идеальный учитель» так же характеризуется авторитарностью, стремлением к лидерству и властностью, но при этом он не должен быть непримиримым, злобным, подчиняемым. Дружелюбные подростки воспринимают реальных учителей, как альтруистичных и зависимых, эти же характеристики актуальны, по их мнению, для идеального учителя, он должен быть подчиняемым, т.е. проявлять уступчивость и кротость, альтруистичным, т.е. проявлять отзывчивость и бескорыстие, зависимым, т.е. проявлять доверчивость и послушность, дружелюбным.

Мы обнаружили, что у подростков с разными характерологическими особенностями обнаруживается общая тенденция, они обнаруживают в учителях те личностные качества, которые присущи им самим. Так, дружелюбные и тревожные подростки видят в реальных учителях дружелюбие, альтруизм, подчиняемость и зависимость, доминантные подростки видят в учителях властность и авторитарность.

В этом отчетливо проявляется механизм проекции, при котором познающий проецирует на субъект познания собственные личностные качества и характеристики. Подростковый максимализм и отсутствие обширного жизненного опыта определяет использование механизма проекции, как наиболее удобного для понимания другого человека. Этот механизм позволяет бессознательно оценить степень психологического сходства и отнести другого человека (в нашем случае учителя) к категории «свой-чужой», т.к. для подростков и выстраивать дальнейшее взаимодействие с учетом отнесения к конкретной категории значительно легче.

У подростков с разным уровнем уверенности в себе о реальном и идеальном учителе во многом совпадает, т.е. наши испытуемые удовлетворены учителями, которые окружают их в реальной школе, противоречит известным возрастным закономерностям. Например, закономерному для подростков проявлению тотального негативизма по отношению к взрослым и учителям. Возможно, это связано личностными качествами реального классного руководителя. Эмпирическую базу составили подростки небольшой по численности провинциальной школы, в этой школе учителя уделяют много времени организации воспитательной, образовательной, развивающей деятельности в школе и вне класса. Сама школа имеет высокий рейтинг среди школ своего района, отмечена администрацией Приморского край, как школа с высокими показателями по

ЕГЭ по своему району.

Наша гипотеза о том, что существует взаимосвязь между уровнем уверенности в себе и представлениями об учителе подтвердилась. Однако, полученные данные носят ограниченный характер пилотажного исследования и требуют дополнительной проверки на более репрезентативной выборке.

Использованные источники:

1. Андреева, Г. М. Социальная психология: учеб. пособие для вузов / Г. М. Андреева.— М.: Аспект-Пресс, 2010. - 368 с.
2. Бодалев, А. А. Восприятие и понимание человека человеком/ А. А. Бодалев . — М.: Изд-во МГУ, 1982 – 101 с.
3. Бодалев, А. А. Познание человека человеком/ А. А. Бодалев, Н. В. Васина. — СПБ.: Речь, 2005. – 324 с.
4. Давыдова, Ю. В. Как помочь ребенку стать смелым и уверенным? 49 простых правил/ Ю. В. Давыдова.- М.: Эксмо, 2007. - 128 с.
5. Никитин, Е. П. Феномен человеческого самоутверждения / Е.П. Никитин, Н. Е. Харламенкова. - СПб.: Алетейя, 2000. - 224 с.
6. Ромек, В. Г. Психологические особенности уверенной в себе личности Текст. / В.Г. Ромек // Социальная психология личности в вопросах и ответах: учеб. пособие / гл. ред. В. А. Лабунской. - М., Гардарики, 2000. - 225 с.
7. Савченко, Т. Н. Субъективное качество жизни: подходы, методы оценки, прикладные исследования / Т. Н. Савченко, Г. М. Головина. М.: Институт психологии РАН, 2006. - 170 с.

Муженская А.Г., к.пед.н.
доцент
кафедра Информационных технологий
и методики преподавания информатики
Богачков Р.Д.
студент 4 курса
Институт математики, механики и компьютерных наук
ФГАОУ ВО "Южный федеральный университет"
Россия, г. Ростов-на-Дону

МЕТОДИКА ПРОФИЛАКТИКИ КИБЕРЗАВИСИМОСТИ УЧАЩИХСЯ 8 КЛАССОВ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ

В статье рассматриваются особенности организации условий для реализации различных форм профилактической работы при изучении информатики. Произведен анализ степени изученности проблемы организации профилактики киберзависимого поведения учащихся. Авторы формулируют условия для проведения занятий по информатике для профилактики компьютерной зависимости.

Ключевые слова: киберзависимость, компьютерная зависимость, профилактика киберзависимости

Современное общество активно использует информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) в различных сферах деятельности, и компетентность в области ИКТ трактуется неотъемлемое качество каждого члена этого общества, которое призвано помочь ему за короткое время решить стоящие перед ним задачи.

Огромный поток информации, который проходит через современных подростков, обязывает их идти в ногу со временем, и не отставать от сверстников в навыках владения средствами создания и преобразования электронного контента и компьютерными играми. Все это оказывает большое влияние на информационно-образовательную среду, в которой находятся учащиеся 8-9 классов, провоцируя видоизменения в коммуникативных навыках, в развитии восприятия, мышления и других важных свойств и качеств личности.

Необходимо также учитывать, что средства ИКТ влияют не только на среду, в которой происходит обучение, развитие и воспитание, но и на всю сферу жизнедеятельности подростка, провоцируя болезненное пристрастие к виртуальным средствам общения, игровым и развлекательным ресурсам.

Статистические данные говорят о том, что практический все подростки являются членами минимум двух социальных сетей и посвящают «общению» с сетью и играм до 70 % свободного времени. Поэтому все чаще в педагогическом сообществе звучит термин «компьютерная зависимость» или «киберзависимость», под которой понимается патологическое пристрастие человека к работе или проведению времени за компьютером [2, с. 10].

Изучению специфики взаимодействия детей и подростков с компьютерами посвящено множество исследований М. Коул, С. Пейперт, А. В. Беляева, С. Л. Новоселова, Ш. Текл и др., однако они не предлагают методов включения профилактики киберзависимости в методику обучения информатике, останавливаясь только на общепедагогических подходах. Вопросы диагностики киберзависимости рассматриваются в работах Кимберли С. Янг, Л.Н. Юрьевой, Т.Ю. Больбот, С.Биргер, однако, с них нет рекомендаций по профилактике данного вида зависимости.

Для решения данной проблемы необходимо разработать и развивать систему профилактической работы по предупреждению киберзависимого поведения в процессе обучения, и именно обучения информатике и ИКТ учащихся наиболее уязвимого, проблемного, подросткового возраста в 7-9 классах. При этом профилактическая работа должна быть организована в широком смысле, т.е. осуществляться и на уроках, и во внеурочной деятельности (при реализации вариативного компонента Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования – ФГОС ООО) [3].

ФГОС ООО [1] уделяет большое внимание достижению личностных и метапредметных результатов, к которым можно отнести и корректное освоение ИКТ при минимизации риска возникновения различных видов

компьютерной зависимости, что предполагает организацию информационно-образовательной среды для обучения информатике таким образом, чтобы подчеркнуть учащимся важность целенаправленного, практико-ориентированного применения ИКТ при безусловной необходимости сохранять свое собственное здоровье.

Для реализации профилактической работы необходимо организовать следующие условия:

- наличие корректно сформулированных воспитательных целей (личностных и метапредметных планируемых результатов) на уроках информатики и способов их достижения в ненавязчивой форме - в творчестве, игровых ситуациях и проектной деятельности.
- использование проблемно-ориентированного подхода и технологии контекстного обучения, моделирующей жизненные ситуации, которые помещают учащихся перед необходимостью выбора стратегии поведения, ведущей к корректному использованию ИКТ
- целенаправленность, непрерывность, систематичность, демократичность процесса профилактики и его широкий охват – на уроках информатики, во внеурочной деятельности, на совместных мероприятиях с родителями.

Так как в Федеральном государственном образовательном стандарте основного общего образования зафиксировано распределение часов на предмет как соотношение 70% обязательного учебного материала и 30% отводится на вариативный компонент обучения, который должен быть усвоен во внеурочной деятельности, разработанная система профилактики включает не только конспекты занятий для учащихся 8 класса (в виде круглых столов), но и конспекты совместных с родителями уроков, которые направлены на развитие ИКТ-компетентности родителей и привитие им корректного, рационального отношения к средствам ИКТ, чтобы они, в свою очередь, смогли аргументировано обосновать данную точку зрения детям.

Использованные источники:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования [Электронный ресурс]. минобрнауки.рф/документы/938 (Дата обращения: 19.02.2015)
2. Юрьева Л.Н., Больбот Т.Ю. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика. Монография - Днепропетровск: Пороги, 2006. - 196 с.
3. Грищенко Л. П., Курочкин В. Н Актуальные вопросы совершенствования функций управления образованием. Экономика и социум, №5, 2015.

Муженская А.Г., к.пед.н.
доцент
кафедра Информационных технологий
и методики преподавания информатики
Даниелян С. С.
студент 4 курса
Институт математики, механики и компьютерных наук
ФГАОУ ВО "Южный федеральный университет"
Россия, г. Ростов-на-Дону

МЕТОДИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОФИКАЦИИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ В 8 КЛАССЕ

Аннотация. В статье обосновывается актуальность использования игрофикации как подхода к организации учебного процесса по информатике. Проанализировано состояние изученности проблемы игрофикации образования. В статье формулируются способы корректировки целей обучения информатике, учитывая особенности организации учебного процесса согласно принципам игрофикации.

Ключевые слова: игрофикация образования, геймификация образования, выигрышные стратегии, методика обучения информатике.

В настоящее время главной целью реформирования системы образования является создание условий для развития учащегося и формирования у него набора важных компетенций, необходимых для субъекта информационного общества.

Для активизации деятельности учащихся на уроках в российских школах наблюдается многообразие использования различных элементов игровых технологий, в частности, применяются дидактические игры, игровые проекты (например, веб-квесты), игровые тренажеры и даже некоторые компьютерные игры. Однако, внедрение данных технологий в учебный процесс не меняет его структуру, принципы взаимодействия, поэтому игровые технологии остаются «развлекательным элементом» урока, не создавая того «жизненно важного» взаимодействия с учебным материалом, которое обучающиеся переживают, играя в компьютерные игры. Возникает вопрос о необходимости перестроения процесса обучения таким образом, чтобы придать учебной деятельности характер игрового взаимодействия, свойственного компьютерным играм, тем самым продемонстрировать учащимся, что учиться в реальности также интересно, как и играть в виртуальном пространстве.

Игровая деятельность, ее основные характеристики, принципы и способы организации рассматривались в работах Л.С. Выготского, А.М. Новикова, С.Л. Рубинштейна, Д.Н. Узнадзе, С.А. Шмакова, Д.Б. Эльконина, однако основное внимание уделялось общим психологическим особенностям игры как вида деятельности, особенно в

дошкольном возрасте, и не рассматривался в полной мере дидактическую функцию игры, как образовательной технологии.

Дидактический потенциал игр описан в исследованиях Б.Г. Ананьева, О.А. Артемьевой, Ю.Э. Краснова, Т.М. Михайленко, Г.П. Щедровицкого, но авторы не учитывали особенности применения игр на уроках информатики.

Элементы включения игр в урок информатики являлись предметом исследования А.И. Бочкина, Ф.Ю. Боташевой, А.А. Зубрилина, О.В. Овчинникова, С.А. Сиротиной, Г.И. Черемных, О.В. Яшина, однако они рассматривались только как компоненты, позволяющие модернизировать традиционный урок, но не перестроить весь процесс обучения с целью активизации деятельности учащихся и обучения выигрышным стратегиям.

Методике обучения выигрышным стратегиям на уроках информатики и математики посвящены разработки А.Л. Семенова и Т.А. Рудченко, однако они ориентированы на начальную школу и пропедевтический курс информатики и не касаются методических особенностей изучения данной темы в базовом курсе информатики (например, в 8 классе).

В публикациях ряда зарубежных авторов (Jon Radoff, JP Mangalindan, Gabe Zichermann) предлагаются варианты особой организации обучения, в основном в бизнес сфере, когда в нем внедряются принципы компьютерных игр для активизации деятельности обучающихся (геймификации, игрофикации), однако, они не рассматривают конкретные методические аспекты, учитывающие специфику образовательного процесса в нашей стране.

Основываясь на анализе исследований в области внедрения игр в образовательный процесс, следует отметить недостаточное количество работ, раскрывающий потенциал применения принципов компьютерных игр в реальном образовательном процессе, в то время как следует учитывать их значение для корректировки мировоззрения учащихся, повышении мотивации к обучению и деятельности в реальном мире и профилактики киберзависимости.

Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту основного общего образования [1], на уроках информатики необходимо создавать условия для достижения учащимся личностных, метапредметных и предметных результатов, которые помогут ему адаптироваться к современному обществу и действовать в ситуации неопределенности при решении возникающих задач.

Такими условиями при изучении информатики должны стать возможности совершения действий – проб для самостоятельной выработки корректных алгоритмов поведения, которые, с точки зрения теории игр, являются выигрышными стратегиями [2].

Поэтому целями применения игрофикации в обучении информатике являются:

1. Активизация учебной деятельности, создание условия для осуществления личного выбора учащимся удобного способа познания,

поскольку игра носит не только развивающий характер, но и поисковый – она провоцирует постоянно возникающие вопросы у школьника, ответы на которые он сам постоянно активно ищет. При этом ищет их с увлечением, испытывая эмоциональный подъем, радость от результатов. Игра положительно влияет не только на процесс и результат деятельности, но и на протекание психических процессов - мышления, воображения, памяти, внимания.

2. Создание ситуаций «успешности» для деятельности обучающегося для развития его творческого потенциала.

3. Развитие коммуникативных навыков, которые необходимы для достижения целей как личностный, так и командных.

4. Обучение выигрышным стратегиям.

5. Содействие социализации учащихся в мире, где игрофикация внедряется повсеместно.

6. Повышение мотивации к изучению информатики, как дисциплины, которая может раскрыть способы самостоятельного создания игровых ресурсов.

7. Профилактика киберзависимости – реальный учебный процесс, организованный в виде «большой игры» продемонстрирует, что в реальности может быть также интересно, как и в виртуальной игре.

На основе поставленных целей и задач, был разработан вспомогательный веб-сервис «EduGame», позволяющий реализовать игровой процесс на уроках информатики. Данный сервис является системой, способствующей не только развитию компетенции в применении информационных и коммуникационных технологий (ИКТ-компетенции) учащихся, но и для достижения личностных и метапредметных компетенций.

Использованные источники:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования [Электронный ресурс]. - Режим доступа: минобрнауки.рф/документы/938

2. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / А.В. Щербина, В.Н. Курочкин, Л.П. Грищенко /Под ред. д.э.н. проф. А.Ю. Архипова. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 2015. – 196 с.

Муженская А.Г., к.пед.н.
доцент
кафедра Информационных технологий
и методики преподавания информатики
Чумаченко Т.И.
студент 6 курса
Институт математики, механики и компьютерных наук
ФГАОУ ВО "Южный федеральный университет"
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПОДГОТОВКА БУДУЩЕГО БАКАЛАВРА ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА С РОДИТЕЛЯМИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УЧАЩИХСЯ

Аннотация. В статье обосновывается необходимость подготовки будущих педагогов к организации социального партнерства между родителями и школой для обеспечения безопасной информационно-образовательной среды, рассматривается дисциплина по выбору, которая ориентирована на развитие соответствующей компетенции.

Ключевые слова: социальное партнерство, подготовка будущих бакалавров, дисциплина по выбору, кейс-технология

В настоящее время с каждым днем повышается технологическая и экономическая доступность глобальных информационных систем, с содержащимися в них ресурсами, которые ориентированы, в большинстве случаев, на взрослых и могут содержать небезопасную для подростка информацию.

Однако, не только окружающая обстановка в обычной жизни, но и школьная деятельность учащихся связана с активным использованием сети Интернет. Если в школе учитель может модерировать деятельность учащихся, формировать безопасную информационно-образовательную среду, то находясь дома, учащийся зачастую остается в ситуации самостоятельного выбора способов деятельности при взаимодействии с контентом сети интернет, и взрослые (родители), даже при желании показать ему безопасные способы деятельности, не обладают достаточным уровнем знаний в области информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), чтобы сделать это.

Важная задача педагога в данных обстоятельствах - обучить детей ориентироваться в киберпространстве, находить полезную и нужную информацию, предупредить об опасностях виртуального мира, дать рекомендации по безопасному поведению в сети Интернет.

В обеспечении мер по Интернет-безопасности образовательная организация играет ключевую роль еще и потому, что в современной школе обучение проводится с использованием ИКТ, именно там формируется

рационально построенная среда взаимодействия с ресурсами и сервисами сети интернет. Поэтому школа должна взять на себя главную ответственность за развитие у детей и их родителей ИКТ-компетентности в области информационной безопасности. В данной ситуации появляется проблема совместного с родителями поиска способов защиты детей от потока негативной информации, т.е. организации социального партнерства между родителями и школой в данном направлении.

Под социальным партнерством мы, вслед за И.А. Хоменко [1], понимаем особый тип совместной деятельности между субъектами образовательного процесса, характеризующийся доверием, общими целями и ценностями, добровольностью и долговременностью отношений, а также признанием взаимной ответственности сторон за результат их сотрудничества и развития.

Методологические подходы к определению информационной безопасности учащихся в условиях информатизации образования определены в работах А.А. Кузнецова, И.В. Роберт, проблемы обеспечения информационной безопасности учащихся рассматриваются в работах О.Б. Голубева, О.Ю. Никифорова, Н.И. Саттаровой, М. Ю. Скляминой, которые раскрывают основные подходы к организации безопасного информационного пространства для учащегося, но не касаются вопросов, связанных с подготовкой педагога в области обеспечения условия информационной безопасности.

Методические аспекты подготовки будущих педагогов к обеспечению информационной безопасности школьников описаны в работах Ю.И. Богатыревой, А.Н. Привалова, В.П. Полякова, но в них не представлены вопросы формирования компетенций будущего учителя по взаимодействию с родителями в формате социального партнерства для обеспечения информационной безопасности учащихся.

В настоящее время существуют работы, направленные на исследование различных аспектов формирования социального партнерства, авторами которых являются В.Ю. Выборнов, Н.М. Гайворонский, Н.С. Игнатьев, Е.К. Кашленко, Ю.В. Медова, А.Г. Петренко и др. Однако, они ориентированы либо на систему профессионального образования, либо на организацию партнерства между образовательными институтами, не учитывают потребности в организации взаимодействия между учителем информатики и родителями.

Таким образом, основываясь на анализе исследований, отражающих степень изученности проблемы, можно сделать вывод о существовании противоречия между потребностью в организации сотрудничества между родителями и педагогом и недостаточной проработанностью методики подготовки педагога к организации социального партнерства в целях обеспечения информационной безопасности учащегося.

Одним из способов решения данной проблемы является видоизменение программы подготовки будущих бакалавров педагогического

образования путем введения дисциплины по выбору «Организация социального партнерства для обеспечения информационной безопасности школьника», ориентированной на повышение уровня подготовки педагогов в области технологий организации взаимодействия с родителями (в рамках социального партнерства), расширит возможности будущего педагога по решению задач обеспечения информационной безопасности учащихся и организации безопасной информационно-образовательной среды в школе и дома.

Программа дисциплины «Организация социального партнерства для обеспечения информационной безопасности школьника» рассчитана на 108 ч (3 зач.ед.), из которых аудиторных занятий 36, их которых 12 часов предусмотрено на лекции, а 24 часа на лабораторные занятия, 72 часа отводится на самостоятельную работу студентов.

Дисциплина имеет модульную структуру – и ее содержание включает в себя следующие тематики:

Модуль 1. Аспекты информационной безопасности в школе.

Основные понятия информационной безопасности. Информационная безопасность в школе. Угрозы информационной безопасности. Правовые, технические, этические основы информационной безопасности.

Модуль 2. Социальное партнерство родителей и школы.

Понятие социальное партнерство. Сотрудничество педагогического коллектива и родителей. Принципы реализации социального партнерства. Обеспечение педагогического сопровождения социального партнерства.

Для достижения практико-ориентированности дисциплины в качестве основной образовательной технологии была выбрана технологий кейс-обучения, а для ее реализации разработаны 6 кейсов различного вида:

- два вводных кейса, в которых присутствуют данные о наличии проблемы и описание размеров рассматриваемого явления по темам «Формы организации стратегического партнерства и его поддержки средствами ИКТ», «Пособие для родителей «Медиабезопасность школьника»»;
- два информационных кейса, представляющих собой набор знаний по определенной теме (проблеме), изложенный с той или иной степенью детальности, - «Классный час для детей и их родителей как способ установления социального партнерства», «Буклет для родителей»;
- два тренинговых кейса, которые направлены на упрочение и более полное освоение уже использованных ранее инструментов - «Модель безопасной информационно-образовательной среды для ребенка дома», «Памятка для родителей».

Использованные источники:

1. Хоменко И.А. Школа и родители: этапы развития социального партнерства [Электронный ресурс] http://www.inter-pedagogika.ru/zip/sp2.doc (Дата обращения 03.03.2015)

2. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / А.В.

Щербина, В.Н. Курочкин, Л.П. Грищенко /Под ред. д.э.н. проф. А.Ю. Архипова. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 2015. – 196 с.

Муриева М.В., к.пед.н.
доцент
Бирагова Ф.Р., к.ист.н.
доцент
Северо-Осетинский государственный
университет им. К.Л. Хетагурова
РФ, г. Владикавказ

ПОСТАНОВКА ПРОИЗНОШЕНИЯ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ОВЛАДЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИЕЙ

В 21 веке – веке высоких технологий и бурно развивающихся международных контактов, невозможно представить молодых людей с активной жизненной позицией без знания одного, двух и более иностранных языков. Один из красивейших языков в мире, язык великих философов, писателей и поэтов: Вольтера и Руссо, Мопассана и Бальзака, Гюго и Верлена, французский язык является одним из наиболее распространённых, развитых, богатых и в то же время благозвучных языков. Несмотря на глобальное распространение английского языка и его массовое изучение, французский язык также остается популярным, реже в качестве первого иностранного языка, чаще - в качестве второго иностранного языка на всех уровнях отечественного образования.

Согласно ФГОС ООО **(**федеральный государственный стандарт основного общего образования, утвержден 17.12.2010г.**),** изучение предметной области «Иностранный язык» должно отражать формирование и совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции, что является одной из ключевых компетенций современного отечественного образования, то есть способности и готовности осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка.

Фонетика, наряду с лексикой и грамматикой, относится к аспектам обучения и изучает артикуляционные и акустические свойства звуков языка, способы образования звуков в речи. Чтобы научить учащихся правильно и красиво говорить на французском языке в условиях неязыковой среды, т.е. на уроках иностранного языка в средней школе, постановке произносительных навыков следует уделять значительное внимание с самого начала обучения. Развитию иноязычных слухо-произносительных навыков учащихся посвящены работы отечественных авторов Н.Д.Гальсковой, Гез Н.И., Р.К.Миньяр-Белоручева, А.Н.Рапанович А.В.Щепиловой, Л.В.Щербы и др.

Фонетические навыки (артикуляционные и ритмико- интонационные входят) автоматизированными компонентами во все речевые умения. Владение произносительными навыками обязательно в любом виде

общения. Корректно воспроизводить звуки речи означает воспроизводить смысл. Реципиент будет с трудом понимать обращенную к нему речь, если сам он не владеет вышеназванными навыками. В этом случае, между его внутренним проговариванием и фактически звучащей речью возникает диссонанс, который затрудняет коммуникацию. Учителями замечено, что плохо закрепленные произносительные навыки тормозят развитие беглости чтения у учащихся. Чтобы обеспечить правильное функционирование всех видов речевой деятельности, необходимо наличие твёрдых произносительных навыков. Это объясняет важность отрабатывания произношения и его постановки в средней школе. Отметим, что в школьном курсе фонетику не изучают как самостоятельную дисциплину, учащиеся овладевают произносительными навыками в ходе обучения говорению, аудированию и чтению.

В основе школьного курса обучения фонетике лежит принцип аппроксимации, т.е. приближения к нормативному произношению. Как показывает практика, в условиях начальной школы сложно добиться абсолютно правильного, близкого к речи носителя языка, произношения. Здесь критерием нормативности выступает понимаемость речи. Если учащиеся в процессе коммуникации достигают взаимопонимания, то считается, что, в основном, они владеют французским произношением. Таким образом, на самых ранних этапах обучения ИЯ учителю необходимо добиваться от учащихся относительно правильного произношения, опираясь на принципы аппроксимации.

Следует отметить, что цели и задачи обучения произносительной стороне речи определяют его содержание. Обучение произносительной стороне речи на уроках французского языка преследует и практическую цель: овладение новыми средствами восприятия и выражения мыслей о предметах, явлениях, их отношениях; иными словами, использования учащимися языка как средства общения. Именно поэтому овладение коммуникативной функцией изучаемого языка является практической целью изучения предмета «Иностранный язык» в средней школе.

В этой связи задачи обучения сводятся к:

а) постановке правильного французского произношения;

б) поддержанию слухо-произносительных навыков;

в) закреплению и совершенствованию автоматизированных навыков;

г) выработке ассоциаций между грамматическими и фонетическими категориями в сознании учащихся.

При условии достаточной сформированности у учащихся иноязычной коммуникативной компетенции выпускник основной школы должен:

- представлять себя устно и письменно, заполнять анкету, писать заявление, резюме, письмо, поздравление;
- представлять свой класс, школу, страну в ситуациях межкультурного общения, в режиме диалога культур, используя знание

иностранного языка;

- выступать с устным сообщением, уметь задать вопрос или ответить на него, корректно вести учебный диалог;
- владеть разными видами речевой деятельности (монолог, диалог, чтение, письмо).

В содержание обучения произношению входят умения, знания и навыки, которыми должен овладеть школьник, чтобы достичь цели обучения. При обучении произношению эти компоненты представлены соответствующими правилами произношения и развертывания речевой цепочки и произносительными навыками. К языковому материалу в данном случае относятся фонемы, т.е. такие звуки, которые дают возможность различать слова и их формы, служат человеческому общению и взаимопониманию. Фонемный состав французского языка (35 фонем: 15 гласных, 20 согласных) отличается от фонемного состава русского языка (40 фонем: 6 гласных, 34 согласных). Сопоставление фонемного состава двух разносистемных языков показывает большую различительную роль французских гласных, а, следовательно, и более строгое их произношение. Однако при определении содержания обучения часто возникает вопрос – чему учить: языку или речи? В настоящее время общепринятым считается начинать с обучения речи, т.е. овладения учащимися пониманием и воспроизведением высказываний, заданных ситуациями общения в рамках школьной программы. По мнению методистов, процесс формирования слухо-произносительных навыков осуществляется в несколько этапов: 1) восприятие; 2) имитация; 3) воспроизведение; 4) активное использование изучаемых фонетических явлений в речевом потоке.

Обучение французскому языку учащихся начинается с вводного фонетического курса (далее ВФК). Это может быть вводно-фонетический, фонетико-грамматический и фонетико-лексический курс, целью которого является знакомство учащихся с: 1) системой фонетического строя французского языка; 2) артикуляцией французских звуков; 3) особенностями ударения и его реализации в различных типах слов; 4) основными типами интонационных конструкций. Кроме того, в рамках ВФК происходит развитие навыков устной речи, аудирования, чтения и письма. Учащиеся должны уметь читать слоги, слова, словосочетания, предложения и короткие тексты, построенные на изученной лексике; задавать вопросы по изученной теме и отвечать на них; составлять короткий текст по ситуациям; писать слоги, знакомые слова и короткие предложения. Каждое слово вводится только после того, как отработаны все звуки, входящие в его состав. Это касается и акцентных моделей и интонационных конструкций. Лексика ВФК должна быть употребительной и несложной, т.е. такой, чтобы дать возможность, пусть и в ограниченной мере, общаться с её помощью. Методисты не советуют включать интернациональные слова, т.к. в них наиболее вероятна интерференция. Для полного усвоения французского произношения и интонации необходимо, в

первую очередь, усвоение его артикуляционной базы. По мнению А.Н.Рапанович, артикуляционная база обозначает совокупность укладов и движений органов речи, установившаяся и ставшая привычной для каждого народа в историческом процессе общения на родном языке.

Как известно, для французской артикуляционной базы характерна высокая степень напряженности и активности речевых органов, большая четкость и энергичность произнесения звуков, слитность речевой цепочки, достаточно равномерное распределение по слогам внутри этой цепочки. Чтобы поставить хорошее произношение, необходимо преодолеть динамические стереотипы родного языка и создать стереотипы артикуляционной базы изучаемого языка. Здесь следует добавить, что сам учитель должен иметь образцовое произношение на иностранном языке, быть примером для учащихся, постоянно осуществлять контроль сформированности вышеназванных навыков. На последующих этапах обучения произношение корректируется и совершенствуется. Большую помощь в постановке иноязычного произношения окажут, безусловно, современные ИКТ: компьютер, проектор, интерактивная доска, а также видео- и аудио-материалы и записи.

Мыльникова А.В.
магистрант
факультет социологии
Дронова Е.Н., к.пед.н.
доцент
кафедра социальной работы
Беляева К.А.
Магистрант
факультет социологии
Алтайский государственный университет
Россия, г. Барнаул

КОММУНИКАЦИЯ — ОСНОВА КОНСУЛЬТАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОБРОВОЛЬЦА

Авторы представляют материалы для подготовки добровольцев к консультативной деятельности. В статье представлена серия упражнений, направленных на развитие коммуникативных компетенций добровольцев для социально-педагогической работы с подростками. Материалы апробированы авторами в социальной практике на базе Алтайской краевой женской общественной организации «Отклик».

Ключевые слова: добровольчество, коммуникация, подростки, социально-педагогическая работа, социальная профилактика.

The authors present materials for training of volunteers to Advisory activities. The article presents a series of exercises aimed at the development of communicative competences of volunteers for socio-pedagogical work with teenagers. The materials were tested by the authors in the social practice on the

basis of Altai regional women's public organization «Otklik».

Keywords: volunteerism, communication, adolescents, socio-pedagogical work, social prevention.

Добровольческая деятельность, в зависимости от специфики, требует разработки и реализации программ подготовки, обучения добровольцев. Система профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних, базирующаяся на осуществлении социально-педагогических функций, не является в данном контексте исключением. Более того, взаимодействие с несовершеннолетними требует определенных когнитивных, деятельностных, аналитических, организаторских способностей, в части реализации консультативной помощи – развитых коммуникативных компетенций. Умение слушать и слышать, владение приемами активного слушания, развитые вербальные и невербальные навыки общения и другие слагаемые позволяют создавать безбарьерную среду социально-педагогического взаимодействия, как с подростками, так и с их ближайшим окружением.

В 2015 году в рамках проекта Алтайской краевой женской общественной организации «Отклик» авторами разработана и реализована программа обучения добровольцев, направленная на подготовку их к консультативной деятельности посредством развития коммуникативных компетенций. Подготовка добровольцев носила целевой характер, обучение проходило в рамках проекта, поддержанного Фондом поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, - «Социальная профилактика повторных правонарушений несовершеннолетних на основе восстановительного подхода». Добровольцы, проходя обучение, развивали коммуникативные компетенции, востребованные в сфере социальной работы с несовершеннолетними, находящимися в конфликте с законом, в сфере реализации процедур медиации с их участием. Апробация программы обучения позволяет нам выделить серию тренинговых упражнений, обладающих наибольшим образовательным эффектом.

1. «Великое начинается с общения». Участникам предлагаются афоризмы в рамках темы будущей добровольческой деятельности. Их задача: прокомментировать слова великих, оценить их современность, правоту/ошибочность. Примеры для обсуждения: «Острый язык – единственное режущее оружие, которое от постоянного употребления становится еще острей» (Вашингтон Ирвинг); «Спорить умеют многие, мало кто умеет просто беседовать» (Амос Олкотт); «Указую господам сенаторам, чтобы речь держать не по писаному, а своими словами, чтобы дурь видна была каждого» (Петр I); «Говорить не думая – все равно что стрелять не целясь» (Мигель де Сервантес); «Заговори, чтобы я тебя увидел» (Сократ).

2. «Саундтрек». Упражнение на отработку интонации, темпа речи, красноречия. Участникам необходимо выполнить роль дублера в процессе озвучивания фрагмента после предварительного его просмотра. Можно предложить также оригинал дубляжа, сравнить работу участников с

оригиналом.

3. «Записка для Вас». Упражнение актуализирует приемы невербального общения. В упражнении участник берет карточку с ситуацией – записку и должен озвучить ее содержание, используя указанную эмоцию. Пример ситуации: «Я у Сережи, вернусь домой к 10 вечера. Пока». Эмоции – радость, грусть, обида, восторг, тревога и пр. Содержание озвучивается без называния эмоции, группа должна попытаться максимально точно угадать передаваемую эмоцию/чувство.

4. «Три вопроса». Упражнение направлено на самопрезентацию и развитие умения работать в группе. Участник получает 3 карточки разным цветом. На зеленой, не подписываясь, нужно написать вопрос актуальный для себя или личную проблему. На синей пишется вопрос, касающейся тренинговой группы, работы совместной на тренинге. На красной – указывают участники вопрос иной, исключающий личную заинтересованность и групповую.

5. «Сито». Упражнение на концентрацию внимания. В упражнении один участник садится спиной к группе. По сигналу тренера группа начинает разговаривать, петь, пересмеиваться. Через две минуты задача участника – рассказать об одном из участников группы, чей голос он различал, использовал как «сито».

6. «Признание». Упражнение на получение участником обратной связи от группы. Каждый участник пишет колонку своих положительных и отрицательных качеств, составляет таким образом свой автопортрет. Далее на спину каждому участнику прикрепляется чистый лист бумаги. Его заполняют члены группы. Если участник желает узнать о своих положительных качествах, то он рисует в углу «солнышко», если об отрицательных – «молнию». Далее участники собирают сведения о себе, перемещаясь и собирая отзывы членов группы. В завершении проходит обсуждение.

7. «Пародия». В упражнении необходимо продемонстрировать группе характерные невербальные знаки, привычки, штампы, которые удалось заметить у других членов.

8. «Конфликт». Участникам предлагаются написать на карточках возможные конфликтные ситуации с несовершеннолетними. Далее карточки передаются по кругу и на каждой карточке участники отмечают возможные способы реагирования на данный конфликт. Передача карточке продолжается до тех пор, пока автор ситуации не получит свою карточку. После проводится обсуждение ситуаций и выработанных группой способов реагирования в конфликте, проводится их оценка.

9. «Ассоциации». Упражнение направлено на расширение граней знакомства участников. В упражнении каждый участник пишет о себе небольшой рассказ, который содержал бы ответы на три вопроса: если бы вы были неодушевленным предметом, то что это за предмет? какой это предмет (опишите его)? и что с этим предметом можно делать? Далее ведущий

собирает рассказы, их зачитывает, задача участников – угадать – кто из членов группы скрывается за тем или иным предметом.

10. «Лодочки». Это упражнение – энергизатор. Участники разбиваются на тройки. Два человека для образования «лодочки» берутся за руки, чтобы получился «овал». Третий участник встает в центр лодочки – это «гребец». По команде ведущего «лодочки», гребцы остаются на месте, лодочки образуют новую лодочку возле другого гребца. По команде «гребцы» - лодочки остаются на месте, гребцы находят себе новую «лодочку». По команде шторм – образуются новые лодочки и новые гребцы. Ведущий принимает участие в упражнении ,поэтому оно проводится по принципу «третий лишний», когда проходит перестановка участников, оставшийся без «лодочки» или «гребца» становится ведущим.

Новгородова Л.Ф.
студент
Педагогический Институт
Россия, г. Якутск

ЛЕВ НИКОЛАЕВИЧ ТОЛСТОЙ И ВЕДИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА.

Интерес Льва Николаевича Толстого к Индии и к Ведической философии гораздо глубже, чем это было принято считать до сих пор. Однако этот аспект жизни великого писателя пока ещё не достаточно широко раскрыт. Серьёзно Л.Н. Толстой стал интересоваться Ведической философией в семидесятых годах XIX столетия, именно тогда в издательстве «Посредник» он подготовил ряд брошюр и публикаций о философах и философии Индии. И этот интерес к Ведической культуре оставался у Льва Толстого на протяжении всей его жизни.

Л.Н. Толстой изучал такие великие произведения как «Рамаяна», «Махабхарата», особенно он хорошо знал и любил «Бхагавад-гиту». Однако ознакомиться с Ведической литературой в таком объёме как это доступно нам сейчас, писателю не довелось.

На церемонии вручения Владимиру Ильичу Толстому по Ведическим традициям была преподнесена гирлянда из лепестков роз, как символ почтения и уважения. Однако музею усадьбы в Ясной Поляне и директору музея в лице прямого потомка Л.Н.Толстого, его внука Владимира Ильича Толстого, был подарен комплект Ведической литературы, с тем, чтобы глубочайший интерес к Ведической культуре не иссякал, а сохранялся и приумножался из поколения в поколение. На церемонии вручения Владимиру Ильичу Толстому по Ведическим традициям была преподнесена гирлянда из лепестков роз, как символ почтения и уважения, а так же приводились факты, что Лев Николаевич Толстой соглашался с основными идеями Ведической философии.

В письме индийскому учёному Четтелю, Л.Н.Толстой писал о том что он соглашается с основными идеями Бхагавад-гиты и старается притворять их в свою жизнь, отражать в своих книгах и говорить об этом.

В письме издателю журнала «Ведическое обозрение» он писал о том, что философская идея Кришны несомненно является вечной основой всех философских учений и мировоззрений мира.

В октябре 1885 года в Ясную Поляну приехал Вильям Фрей, последователь учения Огюста Конта, писатель, вегетарианец. От него Лев Николаевич впервые услышал проповедь вегетарианства о том, что строение человеческого тела, зубов, кишечника, доказывает что человек не хищник. Льву Николаевичу очень понравилось это учение, и после приезда Фрея Толстой сразу же отказался от мяса и рыбы. Вскоре за ним последовали и его дочери - Татьяна Львовна и Мария Львовна Толстые.

Большой обеденный стол разделился на две половины. Во главе стола сидела Софья Андреевна Толстая, которая не разделяла вегетарианских убеждений но, тем не менее, следила, чтобы вегетарианская пища всегда была питательной и калорийной. По правую руку от Софьи Андреевны сидел Лев Николаевич Толстой. И рядом с ним сидели все, кто не ел мясную пищу. И на эту сторону стола подавались вегетарианские блюда.

Дочери Толстого не только были вегетарианками, но и помогали пропагандировать это учение. Татьяна Львовна составила сборник, который назывался «250 мыслей и изречений философов, поэтов, учёных о вегетарианстве». Он был выпущен в издательстве «Посредник». А Мария Львовна Толстая помогла перевести книгу Хаэрда Вильемса «Этика жизни» - это собрание жизнеописаний и выдержек из произведений выдающихся мыслителей всех времён: Пифагора, Синека, Плутарха, Мильтона, Шили, Байрона и мн. других.

Использованные источники:

1. Дмитрий Бурба «Толстой и Индия: прикосновение к сокровенному» 2000 г. Издательство: Фэн-Шуй центр. 8. ISBN 5-9214-0004-1
2. http://samopoznanie.ru/schools/vedicheskaya_kultura/

Новгородова Л.Ф.
студент
Педагогический Институт
Россия, г. Якутск

ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Многие вузы России, опираясь на зарубежный опыт, переходят на балльно-рейтинговую систему оценивания успеваемости своих студентов.

Балльно-рейтинговая система может быть задействована на всех этапах учебного процесса современного вуза. [1].

Как раскрывает особенности внедрения балльно-рейтинговой системы А.М.Галимов. Обеспечение качества профессионального образования – проблема, охватывающая целый комплекс вопросов, связанных с текущим контролем, развитием соответствующих инструментов управления, выстраиванием адекватной организационной структуры учреждения,

созданием необходимой материально-технической базы и др. При этом процесс и результат поддержания высокого качества высшего образования на уровне не ниже установленных норм, требований, стандартов рассматривается как процесс обеспечения качества высшего образования. Система требований к обеспечению качества образования формируется на уровне национальной системы качества образования и регламентируется требованиями государственных образовательных стандартов, а также требованиями по лицензированию и аккредитации образовательных программ и образовательных учреждений. Вступление России в Болонский процесс привело к тому, что наряду с национальной системой обеспечения качества образования воз- никла необходимость выделения механизмов внутренних гарантий качества образования, реализуемых посредством систем качества образовательных учреждений. Эти требования в настоящий момент определяются "Стандартами и Директивами для гарантии качества Высшего образования в Европейском регионе", разработанными ENQA (Европейская ассоциация организаций гарантии качества), и могут рассматриваться как базовые требования к системам качества образовательных учреждений. [2]

Опыт развития внутривузовской системы мониторинга качества учебных достижений обучающихся путем внедрения балльно-рейтинговой системы оценки качества знаний позволяет сделать следующие основные выводы. 1. Реализация инновационных проектов раз- вития университета, таких как внедрение БРС, с использованием методологии процессного подхода существенно повышает эффективность организационных мероприятий. Четкое планирование, поэтапная и планомерная реализация, своевременный контроль и обоснованное усовершенствование мероприятий в рамках инновационной деятельности позволяет осуществлять эффективный менеджмент многочисленных взаимосвязанных видов деятельности в рамках определенного проекта. 2. Балльно-рейтинговая система оценки качества подготовки высококвалифицированных кадров с использованием модульной технологии обучения дает возможность заинтересованным лицам регулярно отслеживать динамику работы студента в течение семестра.

Использованные источники:

1. Левченко Т.А. Проблемы и перспективы использования балльно-рейтинговой системы для аттестации учебной работы студентов высших учебных заведений // Успехи современного естествознания. – 2008. – № 9 – С. 55-56

2. Система оценивания: вопросы Теории http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2006.2/274/chitao1_2006_2.pdf

Плаксий С.И., доктор философских наук
профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации,
ректор АНО ВО
«Национальный институт бизнеса»
Россия, г. Москва

«ЗИЯЮЩИЕ ВЫСОТЫ» РОССИЙСКОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Как и дипломатия, образование — это искусство возможного. А из него надо выжать все по максимуму. **В образовательной политике в России последние 20 лет все время ставятся завышенные задачи и при этом не реализуется даже то, что возможно.** За это время власти пять раз пытались реформировать высшее образование, разрабатывались соответствующие программы, но ни разу не осуществили намеченное даже наполовину, а поэтому не подводили итоги выполнения планов. Они просто в основном не выполнялись. Поэтому и не было выгодно подводить итоги. Ныне новые планы — даже на американский манер «дорожные карты».

А способны ли мы выполнить задачи, которые сформулированы ныне до 2020 г.? Достигнет ли российская высшая школа тех ориентиров, которые заданы? И реализация всех ли из них полезна и эффективна для развития человеческого потенциала страны вообще и высшего образования в частности? А может, образовательным властям не считать себя умнее всех и не противопоставлять себя образовательному сообществу, не ставить себя над ним, а, выдвинув объективные и реалистичные задачи, максимально заинтересовать всех субъектов образования и привлечь их к воплощению задуманного и запланированного в жизнь? Коня можно подвести к водопою, но нельзя заставить его насильно пить, если он не хочет. Образовательное сообщество можно принуждать к определенным действиям, но эффективность их и качество будут низкими. Министерство, в названии которого присутствуют слова «образование» и «наука», предает забвению научные принципы и методы в своей деятельности и ставит во главу угла политическую, узкопрагматичную и карьерную целесообразность. Формальными, административно-бюрократическими и силовыми методами пытается решить многослойные качественные проблемы. На конкретном отрезке времени конкретные руководители образования выигрывают, могут успешно отчитаться, лично для себя получить дивиденды. А образование? А наука? К истинным ли высотам придут они? Или это будут очередные «зияющие высоты»?

В высшем образовании достигнуты квазивысоты, и вузы заставляют штурмовать новые. Понадобится немало времени, чтобы спуститься с них на грешную землю, трезво осмыслить реалии и начать подлинную модернизацию. А за это время высшее образование во многих странах и по количеству, и по качеству уйдет вперед. В результате наше отставание от лучших значительно увеличится. В основе модернизации должно быть не копирование чужого опыта, а его разумный учет, не форма,

а содержание, интересы не неких отдельных наделенных властью и влиянием групп, а всего образовательного сообщества, основной массы российских граждан. Модернизация высшего образования может считаться таковой, если она будет максимально работать на повышение человеческого потенциала, а не на его снижение, к чему ведет сокращение числа студентов, вузов, количества лет обучения, преподавателей. Ее целью следует сделать не субъективно, произвольно понимаемые эффективность и качество, а их подлинное значение с учетом перспектив и вызовов XXI века.

По многим параметрам нынешняя реформа высшей школы напоминает кампанию по повсеместному выращиванию кукурузы, навязанную Н. С. Хрущевым. Побывав в США и впечатлившись высокими урожаями кукурузы на тамошних полях, ее полезностью, Хрущев, игнорируя географические и погодные условия Советского Союза, с помощью бюрократического аппарата принуждал все колхозы и совхозы выращивать кукурузу. Все закончилось бесславно. Нечто подобное происходит в российском образовании. **Нынешняя реформа — это «образовательная кукурузная кампания».** Только последствия ее выявятся не сразу и будут более печальны и долгосрочны. Отставание российского образования от лучшего мирового может оказаться навсегда [5; С.3-52].

Основные идеи изменений в своей основе пришли к нам из США и настойчиво были предложены зарубежными специалистами. Мало того, на разработку этих реформ и внедрений выделялись кредиты международными банками во много десятков миллионов долларов, которые в значительной мере и тратились на большое число зарубежных, а также некоторых российских консультантов. Еще в ноябре 1994 г. под эгидой и при финансировании Всемирного банка коллективом экспертов, подавляющее большинство которых иностранцы, был подготовлен документ. Он назывался «Россия: образование в переходный период». На первой странице присутствуют надписи: «конфиденциально», «только для служебного пользования», «его содержание не может быть раскрыто без разрешения Всемирного банка». Документ был подготовлен при поддержке Фонда Сороса и правительств ряда стран. Тесное сотрудничество авторов было с Министерством образования и Комитетом по высшему образованию Российской Федерации. Если там все разумно и полезно для граждан России, то зачем его было скрывать? «Бойся данайцев, дары приносящих».

Прошло 20 лет, и надо сказать, что многие предложения иностранных экспертов о преобразованиях российского образования реализуются, и доводы наиболее рьяных «реформаторов» довольно часто берутся еще оттуда.

В документе есть немало и полезного, но основной вектор предложений вредоносен для России, поскольку связан с сокращением ряда секторов образования, сроков обучения, специализаций, лекционных часов и т. д., а также с заимствований рецептов реформирования на Западе, и прежде всего в США.

Там и ЕГЭ (называется иначе), а также экзамен после получения диплома о высшем образовании, закрытие неэффективных и педагогических вузов, «осуществление контроля по результатам путем тестирования». Там не рекомендуется повышение расходов на высшее и профессионально-техническое образование, «сокращение профессионального образования», отмечается консерватизм кадров высшей школы. Это все реализуется.

К «учебной цели» предлагается отнести «способность правильного чтения карт, объяснение на иностранном языке, правильное заполнение налоговых деклараций; кроме того, к этому можно отнести любовь к российскому искусству и литературе, а также терпимость к другим социальным группам». Не зря один из нынешних главных руководителей образования предлагает воспитывать не творцов, а «грамотных потребителей». А творить может небольшой слой элиты, выращиваемый в десятке элитных вузов.

В документе предлагается «схема практических действий», которая «может быть использована в качестве отправной точки в обсуждениях проблем образования России с международным сообществом». «Первоочередной задачей является установление партнерских отношений и ведение необходимого диалога между Российской Федерацией и международными финансовыми организациями для продвижения хода реформ». Ибо в России «недостаточная способность формулировать, контролировать и оценивать стратегию». Нас признавали неполноценными, и власти должны были обсуждать проблемы нашего образования и идти на поклон к международному сообществу и финансовым организациям. И большие руководители от образования шли, кланялись, брали кредиты и делили их с международными экспертами и между собой. А потом государство многие десятки миллионов долларов кредитов отдавало.

Однако нечего кивать на иностранцев. Мы сами виноваты в проблемах своего образования. Это наши, отечественные образовательные власти вырыли «ров реформ» и продолжают его углублять, энергично принуждая образовательное сообщество участвовать в этом. Нынешняя «эклектическая стратегия» Минобрнауки соединяет в себе «хождение в Европу и за океан», пренебрегая основными демократическими и гуманистическими ценностями и игнорируя «российскую почву» и российскую идентичность. Как справедливо пишет ректор Московского гуманитарного университета И. М. Ильинский, «в конечном итоге изменить систему образования — значит изменить поведение тех, кто учит и кто учится… Но это означает перемены в культурном коде нации… Любые декларации, постановления и законы бессильны перед национальным чувством» [3; С.743]. При этом «проблемы модернизации системы российского образования заключаются в том, что на 90% развитие образования и его качество зависят от принятия разного рода решений и законов. И это главная ошибка. На 90% все зависит от их восприятия образовательным сообществом, от реализации предполагаемых мер… Какая философия образования владеет умами наших властей и

законодателей? Какой стратегии в развитии образования они следуют? Неужели они не знают, что подавляющее большинство образовательного сообщества и населения не приемлют их новаций? Неужели не слышат буквально стонов, которые вызывает продавливание силой многих из производимых ими перемен? Неужели не видят скепсиса и иронии, с которой они воспринимаются?.. Неужели наши власти предержащие думают, что те, кто молчит, ничего не видят и не понимают? Или понимают меньше их? Меньше болеют за отечественное образование?..

Чтобы выбраться из такого состояния, существует единственный способ — поставить на первое место в проводимой модернизации Истину и Пользу» [3; С.766-767].

Что же изменилось в системе высшего образования за последние 10–15 лет, какие тенденции и процессы стали главенствующими?

Во-первых, утвердилась жесткая властная вертикаль в образовании, администрирование и бюрократизация превзошли разумные пределы, в подавляющем большинстве вузов ректоры не избираются и назначаются сверху, образовательные власти перестали слышать мнения образовательной общественности и экспертов, уверовали в то, что их позиция единственно правильная. Уровень демократии и автономии опустился ниже советского уровня. В результате министерство было бы радо, если бы не было «отсталых» и «непонимающих» преподавателей, а преподаватели — министерства, которое не дает нормально и спокойно работать. **Во-вторых, созданы мегауниверситеты** и так называемые исследовательские университеты, в которых в основном имитируется большая наука, зато много неразберихи, бюрократии и неэффективного использования финансов. **В-третьих, благодаря беспрецедентному давлению властей окончательно утвердился Единый государственный экзамен, в котором больше минусов, чем плюсов. В-четвертых, бакалавризация стала всеобщей (а точнее, сокращение высшего образования до четырех лет), но Болонский процесс в целом внедряется в квазиварианте.** Одно реализуется с перегибами, а другое предается забвению. Например, и в помине нет свободного перемещения студентов и преподавателей, а также реальной автономии и вузовской демократичности. **В-пятых, финансирование высшего образования значительно увеличилось**, но с диспропорциями, выделением «любимчиков» в системе в целом и конкретно в вузах. Основные выгоды получают вузовские управленцы. Зарплата преподавателей не росла пропорционально возможностям. Во многих государственных вузах разница в зарплате профессора и ректора достигает 15–20 раз, а на управленческий персонал уходит столько же средств, что и на весь профессорско-преподавательский состав. **В-шестых, усилилась стандартизация учебных программ, бакалавриат стал урезанным специалитетом, о плюрализме стали забывать, а до педагогики сотрудничества «руки не доходят»**. Вместо планомерной, повседневной, вдумчивой, содержательной работы со

студентами в первую очередь — планы, описание процедур, отчетность. **В-седьмых, относительная терпимость к негосударственному образованию сменилась созданием условий неблагоприятствования**, которое, накладываясь на сложную демографическую ситуацию, приводит к их «схлопыванию». Через три-четыре года в стране останется несколько десятков негосударственных вузов и в ряде регионов усилится монополизм в сфере высшего образования.

Все, что перечислено выше, Министерство образования и науки в основном рассматривает и подает обществу в позитивном свете (за исключением разницы в зарплатах), как свой успех. Но почти **все это квазиуспехи, потому что к реальной эффективности и к реальному качеству все происходящее не приводит. Поэтому мы и говорим о квазивысотах высшего образования.** Выдающий российский философ А. А. Зиновьев называл такие явления «зияющими высотами».

Конечно, есть и реальные успехи. За десять лет примерно вдвое увеличилось государственное финансирование высшей школы, постепенно крепнет (хотя и не без противоречий и своих квазивысот) вузовская наука. Ряд вузов встали на современный, очень приличный уровень. Как действительно явный успех последних десяти лет можно назвать компьютеризацию, информатизацию, которые стали всеобщими. Наметилась и позитивная тенденция к информационной открытости вузов, которая вместе с тем не перешла в открытость учебного процесса, мобильность.

Однако отдельные ростки позитивного, идущего и от Минобрнауки, и из отдельных вузов, забивается бездумным копированием и желанием «все переделать». В России решили советское образование разрушить «до основания, а затем» копировать США: увидели бакалавриат, магистратуру, тестирование — и давай экспериментировать и насаждать. Причем делается это по хорошо известному в России принципу: «Заставь дурака креститься — он и лоб расшибет». В нашей стране это было уже много-много раз.

В знаменитой книге «Зияющие высоты», написанной в далеком 1976 г., Александр Александрович Зиновьев изобразил ситуацию с экспериментами в образовании в городе Ибанске, которая очень похожа на ту, которую мы наблюдаем сейчас в России. Учитель рассказывает: «Я покажу… два любопытных явления. Первое — лаборатория от Академии педагогики. Изыскивает новые методы обучения. Экспериментирует… Наблюдает. И каковы результаты? Блестящие. Трубят на весь мир… Ищут панацею, а ее нет. И в принципе быть не может. Может быть лишь липа, удобная для отчетов и трескотни пропаганды. Нечто вроде педагогической кукурузы».

В образовательной политике и реальной практике четко просматривается «сдвиг мотива с целей на средства». «На вопрос «Зачем?» нам отвечают: «Так надо!». На вопрос «Почему так надо?» говорят: «Мы государевы люди и поэтому лучше знаем, что делать, а вы не рассуждайте!»

Реформы в высшем образовании, а также взаимоотношение властей с

основными действующими лицами в вузах строятся по известным принципам взаимодействия в городе Ибанске. Там «испытываемые руководствовались такими принципами: 1) а что поделаешь; 2) а что изменится; 3) наплевать; 4) все равно этого не избежать; 5) в конце концов пора; 6) пусть они катятся в… Испытывающие, напротив, придерживались таких принципов: 1) все равно никуда не денутся; 2) сами все выложат; 3) сами все прикончат; 4) сами во всем сознаются… Благодаря изложенным принципам удалось увеличить приток ненужной информации и сократить сроки… Как всякое хорошо задуманное и последовательно проведенное, мероприятие кончилось ничем» [2; С.30].

Ну и что изменилось в российской образовательной сфере в образовательной политике, в действиях властей? Все указанные подходы сейчас поднялись даже на гораздо большую высоту, чем в советский период. При этом старательно искореняем лучшее в советском образовании, считая его и реальных людей из той эпохи устаревшими, препятствием на пути реформ. В действиях Минобрнауки и его руководителей четко просматривается позиция: «лучше знаем, что делать» и «никуда не денутся». В поведении сотрудников и преподавателей вузов преобладает такое настроение: «что поделаешь», «наплевать», «пусть они катятся»…

Происходящие ряд лет в России кардинальные изменения можно назвать пролонгированной революцией. В ее основе смесь зарубежных заимствований с российской неумеренностью, редким умением довести все до крайности и абсурда, то есть потеря чувства меры. Она включает в себя всеобщую ЕГЭзацию и бакалавризацию (сокращение сроков обучения для существенного большинства и урезание специальных знаний), создание, во чтобы это ни стало, мегауниверситетов, резкое усиление роли и господства государственных структур, бюрократических методов и процедур, насаждение формализма, «силовых методов», «отбрасывание» мнения образовательного сообщества, пренебрежение потенциалом реальных преподавателей вузов, творческой, содержательной стороной образования. Все это ведет к крутому повороту в жизни высшей школы, подчинению ее логике чиновников, а не логике жизни и перспектив XXI века.

По существу, мы наблюдаем смену тренда в высшем образовании России. И этот тренд при всех заклинаниях о «Болонском процессе» на деле противоречит ему, а во многом даже противоположен. Потому что из «Болонского процесса» и его документов выхватываются и насаждаются отдельные элементы, и при этом наблюдается пренебрежение его сутью. «Сверху» законодательно и административно отменяются «вариативность», «свобода и плюрализм», «автономность образовательных учреждений», провозглашенные в действовавшем до сентября 2013 г. Законе «Об образовании».

В новом Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации», принятом в декабре 2012 г., урезаны, если совсем не обрезаны,

автономия образовательных организаций, права и свободы педагогических работников. «Демократический характер управления образованием», «недопустимость ограничения или устранения конкуренции», как и многие другие требования современного образования, лишь декларируются и механизм их реализации никак не прописан. Но зато максимально в новом законе прописаны надзор, контроль Министерства и его структур, их права, а также необходимость огромного объема отчетности. Образовательные власти идут по пути установления полного контроля над вузами: через финансирование, назначение ректоров, жесткие стандарты на содержание обучения, жесткие правила приема в вузы, пренебрежение мнением образовательного сообщества, принуждение к единообразию, полное подчинение и бездумье.

Образовательное сообщество начиная с уровня вузов, регионов и до страны в целом лишено возможности реально оказывать влияние на процесс принятия государственных решений в сфере образования. Это отчетливо проявляется при разработке и приеме изменений в законодательство. Автору довелось многократно и активно участвовать в обсуждении проектов (их было несколько) Закона «Об образовании в Российской Федерации». Во время обсуждения их в Думе и Совете Федерации подавляющим большинством участников высказывалось много разумных критических замечаний и дельных предложений. Представители Минобрнауки их слушали и почти ничего не использовали. Так же было и на официальных заседаниях Думы. В результате принят закон, удобный чиновникам и в их интересах.

Современный тренд, который закрепил новый Закон «Об образовании в Российской Федерации», — это тоталитарный подход к образованию. Тотально всех под ЕГЭ, тотально всех под бакалавриат, тотально всех под единые образовательные стандарты («всех под одну гребенку»). А в стандартах закладываются структура учебного процесса и его содержание (какие предметы, какие темы, сколько часов и т. д.). **В высшей школе под флагом реформ утверждаются принципы единообразия и подчинения.** Никакой вариативности. Сплошное однообразие. Это прямо противоречит прогрессивным мировым тенденциям. ЮНЕСКО не раз подчеркивала необходимость вариативности, плюрализма, автономности в высшей школе.

Нынешние революционные изменения в высшем образовании не дадут необходимого и возможного движения с вектором вверх. Потому что задуманные на основе предложенного англо-американского опыта «вверху» реформы — не продуманные, формальные, подражательские, технократичные, удобные бюрократии. Они не учитывают сложной сути объекта и его субъектов. Потому что через колено ломается все образовательное сообщество. Образовательные власти не хотят считаться с основным его мнением. Но и само образовательное сообщество, ощущая грубое и упрямое принуждение, пассивно сопротивляется, не хочет слышать

власти, поскольку значительную часть их решений в сфере образования просто не приемлет.

Мы наблюдаем нечто похожее на «забастовку по-итальянски». Если добросовестно выполнять все нынешние требования Минобрнауки, то на собственно образование как таковое, действительное, а не формальное повышение эффективности и качества времени, сил и ресурсов остается мало. Заполнение форм, таблиц, планов, составление отчетов и т. д. «съедают» массу времени, и становится не до студентов.

Вектор движения в образовании властями выбран. Он, с нашей точки зрения, ошибочен. Но пока его можно еще изменить. Сейчас можно еще направить реформы образования в оптимальное русло, опираясь на образовательное сообщество, а не ломая его через колено. **«Переломы», «разломы», «революции» высшей школы не способны ее оздоровить, модернизировать, вывести на траекторию обновления и устойчивого развития, набора нового качества, а могут лишь усугубить прежние проблемы и создать новые, довести всю систему высшего образования до инвалидности.** Мы говорим о системе высшего образования, а не об отдельных вузах, которые имеют привилегии.

Российское образование измордовано бесконечными реформами и засыпано лавиной нововведений. Его лечение оказывается хуже болезни. Это происходит хотя бы потому, что подлинные болезни и их причины загоняются внутрь, их просто некогда лечить, надо демонстрировать активность... Все усилия направляются на борьбу с тем, с чем легче бороться и проще отчитаться. Власти напрочь, с ходу отбрасывают любые критические аргументы по данному вопросу, даже не задумываясь об их сути. «Зачем думать? Надо трясти». И трясут, трясут, трясут. Заставляют замолчать думающих критиков.

Реальные позитивные изменения в образовании преимущественно носили и носят эволюционный характер и требуют перспективного подхода, глубокого осмысления, десятикратного отмеривания, просчета всех последствий, долгосрочных мер. **Образование не терпит суеты.** Чтобы достичь успеха в преобразовании высшего образования, нужна не его тряска с позиции желания получить некие быстрые результаты, а вдумчивая повседневная работа всех субъектов, понимающих, принимающих и сознательно реализующих необходимые установки, цели и задачи.

Реформаторский порыв, желания российских властей, образовательного сообщества и граждан в области высшего образования, по крайней мере, в лозунгах ныне в целом совпадают и формулируются в самом общем виде так: «доступность — качество — эффективность». Кто против? Все за!!! Но дальше встают вопросы: «Что делать?», «Как?», «За счет чего?», «Кто?», **«Что понимать под доступностью, качеством, эффективностью?» И здесь уже согласия нет**. А по многим вопросам мнения даже прямо противоположны. Власти в основном гнут свою линию, которая далеко не во всем соответствует реализации основных целей,

научному подходу и здравому смыслу. Сплошные «эксцессы исполнителей» от властей. Так, провозглашаемая и сегодняшняя достаточно высокая «доступность» высшего образования многим чиновникам и идеологам реформ не нравится. Они считают, что в России слишком много вузов, преподавателей и студентов. Поэтому выдвигаются идеи о «перепроизводстве специалистов с высшим образованием», ставится вопрос о целесообразности резкого сокращения вузов, и прежде всего негосударственных. От теории перешли к практике. Закрывают, сокращают, урезают.

Но цифры — упрямая вещь. Они важнее и ценнее слов, если объективно отражают и характеризуют процессы и тенденции. Что касается уровня образования в России, то цифры просто начинают вопить: «Что вы делаете? Посмотрите на нас, подумайте, прежде чем говорить и делать…» **Россия в 2011 г. заняла 49-е место в мире по индексу образования… Это цифра бедствия. Она подает сигнал SOS… Ведь в 2005 г. мы были на 31-м месте по доступности начального, среднего и высшего образования и на 10-м месте по доле грамотного населения в возрасте 15 лет и старше.**

По индексу образования Россию уже опережают большинство наших соседей: Эстония (13-е место), Латвия (19)-е, Литва (25-е), Украина (31-е), Казахстан (35-е), Польша (37-е), Болгария (42-е место). Население даже таких экзотических стран, как Тонга и Фиджи, оказывается более образованно, чем россияне.

По охвату населения в возрасте 25–64 лет высшим образованием в 2002 г. Россия была на 6-м месте, в 2005 г. (с 7065 тыс. студентов) на 10-м, а в 2012 г. уже сползла на 13-е место (с 6074 тыс. студентов). Максимальное за всю историю количество студентов в России было в 2008 г. (7513 тыс. и 526 на 10 тыс. населения) [4; С.157].

Мы не должны ни преуменьшать, ни преувеличивать реальный уровень образованности россиян. В середине второго десятилетия XXI века мы среднеобразованная страна. Более двух третей населения страны имеют образование не выше среднего профессионального. По индексу человеческого развития в 2013 г. Россия оказалась на 55-м месте из 186 стран, а по индексу образования (средняя продолжительность 11,7) — на 49-м месте (в 2007 г. была на 27–30-м месте). При этом наш показатель — 0,78, а у первой десятки от 1 до 0,92. Развитые страны должны иметь минимум 0,8. Значит, по образованию мы уже не относимся к развитым странам [4].

Общество знаний неизбежно ставит на повестку дня необходимость массового высшего образования при одновременном развитии и элитного, то есть обучения углубленного, фундаментального, более связанного с самой передовой наукой для наиболее способных. Спрос на высокое образование и квалификацию будет возрастать быстрее, чем их предложение со стороны учебных заведений. Естественно, о стопроцентной корреляции уровня образования населения и успехах в экономике, устойчивом развитии страны утверждать опрометчиво. Параллельно должны идти обновление технологий

и модернизация всей экономики, увеличивающие спрос на высококвалифицированный труд, реальные действия по повышению качества высшего образования, его адекватности вызовам времени. Мировая тенденция такова: от века в век увеличивалось количество лет обучения, и общество шагало от элементарной грамотности некоторых к начальному образованию большинства, далее — к среднему образованию и в конечном счете — к широкому распространению высшего образования при его всеобщем распространении в наиболее развитых странах. Логично считать, что эта многовековая тенденция продолжится, и высшее образование станет потребностью большинства людей и общественной необходимостью. **Полноценная жизнь людей в XXI веке будет требовать от них все большей и всесторонней образованности, далеко выходящей за пределы возможностей средней школы.** И не рынок труда должен диктовать масштабы, разнообразие, качество и эффективность образования. Они определяются всей логикой необходимости наращивания человеческого потенциала, самореализации людей в качестве граждан, родителей, субъектов культуры, разносторонней жизни, а не только экономики.

Конечно, дело не только в количественных показателях. Сейчас много рассуждений о качестве высшего образования, и чаще всего сетуют на понижение его уровня в России. Кто, как, на основании какой информации оценивает? В этом царят вкусовщина, субъективизм и спекуляции. Все относительно. Разве это проблема только нашей страны? Многие американцы критически относятся к качеству высшего образования и перспективам его улучшения. Так, опросы, проведенные в 2012 г., показали, что 5–7% американцев считают, что существующая в США система высшего образования не в состоянии дать студентам хороших знаний. А что ждать в будущем? На этот вопрос 39% ответили пессимистически и считают, что и к 2020 г. не будет существенных позитивных перемен. Остальные уверены в существенном прогрессе в высшем образовании. При этом 75% заявляют о слишком большой стоимости обучения [7].

Качество в такой сфере, как образование, — это предмет договоренностей, так как объективных критериев просто-напросто вообще не существует. **Идеальное качество как горизонт — его никто и никогда не достигнет.** К нему стремятся, приближаются, а оно удаляется. Так было и будет всегда.

Сокращение вузов, преподавателей, студентов осуществляется под флагом борьбы за качество. Якобы чем меньше количество, тем выше будет качество. Однако декларируемое стремление к «качеству» входит в вопиющее противоречие с общим сокращением количества лет обучения (бакалавриат), пренебрежительным отношением к преподавателям, слабым их стимулированием, небывалой бюрократизацией вместо содержательной работы, начетничеством при проверке знаний студентов через тестирование, которое при нынешней его абсолютизации и перегибах ведет к натаскиванию старшеклассников и студентов в ущерб развитию творческих

способностей и других личностных качеств. Делая упор на администрирование сверху донизу и вал бумаготворчества, реального качества образования добиться нельзя. Можно лишь получить «бумажного тигра». Провозглашаемое повышение эффективности на деле сопровождается резким увеличением финансирования управленческих структур и процедур, узким ее пониманием, когда во главу угла ставятся оценки бюрократов, поставленные по критериям и показателям «с потолка», а также удовлетворенность работодателей (которые в большинстве своем смотрят «из своего окопа» и на короткое расстояние) в ущерб более широкому контексту формирования гражданских, социальных и профессиональных компетенций.

Есть и другая крайность, когда уверены, что с качеством в традиционных и давно существующих российских вузах все хорошо, а проблемы связаны лишь с негосударственными новичками. Но разве частные вузы мешают привилегированным государственным университетам попадать в первую сотню мировых рейтингов?

Те, кто бездоказательно (а где достаточные данные, факты?) говорят о низком качестве высшего образования, вольно или невольно создают стереотип негатива, который затем превращается в аксиому и в итоге «накрывает» всю систему российской высшей школы, подрывает ее мировой престиж. Между тем нет никаких реальных, по крайней мере достаточно обоснованных, доказательств низкого и снижающегося качества российского высшего образования. Точно так же крайне мало фактов и демонстраций действительно высоких качественных результатов деятельности отечественных вузов. Есть лишь мнения отдельных лиц. Однако по косвенным данным можно утверждать, что российское высшее образование ничуть не ниже среднемирового уровня и вряд ли уступит уровню подготовки в подавляющем большинстве вузов США (если исключить там небольшое число университетов, имеющих многомиллиардные долларовые бюджеты) и других развитых стран. А места в рейтингах? Да многие зарубежные вузы занимают в рейтингах высокие места благодаря искусственной «накачке» показателей (известен китайский подход), да и гигантскому по сравнению с Россией финансированию в университетах США и некоторых других странах.

Видимо, при определении стратегии высшего образования, в «верхах» сделан выбор в пользу качества элитарного сегмента. Это видно как из уже предпринимаемых действий Минобрнауки, так и из планов на будущее в виде «дорожной карты» до 2018 г., лейтмотивом которой является сокращение… сокращение… сокращение, которое выдается за повышение эффективности и качества. Многие думающие авторы отмечают, что это как в спорте: развивать массовость, чтобы многие были здоровее, или сосредоточиваться на тех, кто будет демонстрировать лучшие достижения для престижа страны, поскольку последнее легче, проще и быстрее виден результат, то на этом варианте в России и останавливаются. Наверное, в

высшем образовании мы пойдем по пути отечественного футбола: массовое конкурентоспособное образование забудем; сначала будем покупать зарубежных ученых и преподавателей, а затем и студентов, которые нам обеспечат хорошие показатели.

Наши образовательные власти очередной раз впадают в крайность. Ведь, если смотреть с позиции интересов страны, ее перспектив в XXI веке, то нам нужно качественное высшее образование критической массы специалистов, повышение человеческого потенциала всей нации, а не только избранных. Иначе возрастают риски для перспектив устойчивого развития, политической стабильности, духовно-нравственного состояния общества.

Элиту нужно образовывать, создавать условия для ее формирования и развития. Но если эти процессы носят искусственный характер и они идут в противофазе с образованием подавляющего большинства, то это неизбежно приводит к однобокому развитию самих элит, их противопоставлению себя обществу, нарастанию разрыва с основной массой населения. Разрыв в качестве элитарного и массового образования — это вернейший путь к одностороннему развитию экономики, к социальному взрыву и политической нестабильности [1].

Проблемы качества высшего образования остро стоят во всем мире, в том числе и в России, поскольку необходим принципиально новый его уровень. И связаны эти проблемы преимущественно с финансами, кадрами и содержанием образования, но еще больше с актуальностью поиска новых подходов. Прежде всего есть необходимость обновления адекватно вызовам времени самих парадигм высшего образования. Иначе говоря, **главная проблема качества высшего образования, неудовлетворенности им во всех странах мира — это обостряющийся дефицит интеллектуального потенциала, сильных и разумных идей, способных поднять его на уровень XXI века**.

Использованные источники:

1. Алексеенко В. А. Система управления качеством образовательной деятельности вузов Российской Федерации: содержание, моделирование, оптимизация (социально-философский анализ). М., 2008.
2. Зиновьев А. А. Собрание сочинений. М., 2001. Том 1. С. 30.
3. Ильинский И. М. Прошлое в настоящем. М., 2011. С. 743.
4. Индекс человеческого развития в странах мира 2013 года. М., 2013.
5. Плаксий С.И. Высшее образование: вызовы и ответы. М., 2014. С. 3-52.
6. Россия в цифрах. 2013. Краткий стат. сб. / Росстат. М., 2013. С. 157.
7. Флеганов Л. Будущее высшего образования по-американски. Web in Learnibg // Blog spot.ru

Радченко Н.В.
аспирант 1 года обучения педагогики и психологии профессионального образования
Институт образования и социальных наук
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский Федеральный университет»
Россия, г. Ставрополь

ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ МАГИСТРАТУРЫ К МОНИТОРИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На современном этапе образования важнейшим структурным и функциональным компонентом образовательной системы является оценивание результативности образования, его качество [1]. Анализ проблематики мониторинга свидетельствует о ее достаточно глубокой проработанности и наличии множества методологических направлений в исследовании. Можно выделить основные подходы в изучении данного спектра вопросов, которые представлены воспитательными, образовательными и контрольными функциями [2].

Исследование контрольных функций позволяет заключить, что в процессе контроля знаний не устанавливается общепринятых норм и целей, необходимых для целеполагания образовательного процесса [3]. Идентичным фактором является субъективность мониторинга знаний, умений и навыков, которая связана с недостаточной разработанностью методологии оценивания компетенций. Используемые преимущественно тестовые методы диагностики, во многом ограничивают процесс мониторинга, не позволяя достаточно гибко корректировать полученные в ходе него результаты.

У выпускников педагогической магистратуры должны быть сформированы основные компетенции, необходимые для осуществления мониторинговой деятельности в инновационном режиме. Решение проблемы качества образования связано с проектированием и внедрением системы управления качеством образовательного процесса. Для обеспечения обоснованности принимаемых решений необходима объективная картина состояния управляемой системы и изменений, происходящих в ней. Это представляется возможным при условии организации мониторинга качества образования. Мы остановимся на целенаправленной подготовке студентов педагогической магистратуры к качественному осуществлению мониторинговой деятельности.

Для этого необходимо выявить психолого-педагогические условия подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании.

В данном случае объектом исследования является процесс профессиональной подготовки магистров.

Предметом исследования являются содержание и технологии подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании.

Подготовка магистров к мониторинговой деятельности будет эффективна, если:

- определить содержание и формы мониторинговой деятельности в образовании;

- выявить психолого-педагогические условия подготовки магистров к мониторинговой деятельности;

- разработать содержание и технологии для подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании;

- разработать критерии оценки эффективности подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании.

Для эффективности целесообразно решить следующие задачи:

1. На основе теоретико-методологического анализа рассмотреть состояние изученности проблемы организации процесса подготовки педагогических кадров для качественного осуществления мониторинговой деятельности в образовании.
2. Раскрыть сущность и особенности процесса подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании.
3. Выявить и обосновать психолого-педагогические условия подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании.
4. Разработать содержание и технологии для использования при подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании.
5. Разработать критериальную базу оценки эффективности подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании.

Научная новизна результатов исследования состоит в следующем:

- научно обоснованы психолого-педагогические условия подготовки магистров к мониторинговой деятельности в образовании;

- теоретически обоснован и представлен критериальный аппарат оценки эффективности мониторинговой деятельности в образовании.

Использованные источники:

1. Андреев А.Л. Компетентностная парадигма в образовании: опыт философско-методологического анализа //Педагогика. – 2005. – №4. – С.19-27.

2. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результатов образования // Высшее образование сегодня. – 2003. – № 5. – С.34-42.

3. Канаев, Б. И. Педагогический анализ результата образовательного процесса : практико-ориентированная монография / Б. И. Канаев. – М.-Тольятти : ИНОРАО, 2013, – 272 с.

Радченко Н.В.
аспирант 1 года обучения педагогики и психологии профессионального образования
Институт образования и социальных наук
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский Федеральный университет»
Россия, г. Ставрополь

МОНИТОРИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБРАЗОВАНИИ

Педагогическая психология определяет качество образования как процесс достижения определенных результатов в ходе образовательной деятельности, которые оцениваются исходя из заранее заданных критериев, и зависят от целой группы внутренних и внешних обстоятельств [1]. Поэтому описание сущности вышеописываемого понятия диктует необходимость дифференциации как различных требований к качеству образования и субъектов их предъявляющих, так и дифференциацию качества как процесса целеполагания и качества как результата деятельности. В образовательном пространстве прослеживаются такие значимые аспекты качества как:

- качество процесса целеполагания;
- качество процесса формирования;
- качество результатов образовательного процесса [2].

Качество образования – это обобщенная оценка образовательной системы, которая иллюстрирует соотношение текущих результатов образовательного процесса с регламентированными нормами и эталонами с одной стороны и потенциальными ожиданиями участников образовательного процесса с другой [3]. Вышеописанное определение качества образования в целом достаточно широкое и не отражает некоторых нюансов, так как критерии оценки изменчивы и зависят от протекания образовательного процесса на различных этапах, однако оно достаточно фундаментально, чтобы варьируя требования и показатели, применять его как к системе среднего образования, так и к системе высшего образования.

В ходе мониторинга качества образования используется целый ряд критериев оценки, включающий качество преподавания, образовательные программы; технологии обучения, контроль образовательного процесса, мотивирующие методы педагогической деятельности, материально-техническую базу, информационно-образовательную среду, результаты обучения и управления образованием и т.д. [1].

Содержание такого феномена как качество образования интегрирует в себе все аспекты и особенности образовательного процесса, определяется его условиями и результатами [3]. При этом критерии оценки качества образования определяются в первую очередь субъектом данной оценки, например для администрации школы, работодателя или самого учащегося критерии оценки качества могут быть диаметрально противоположны. Критерии качества обусловлены не только особенностями акторов образовательного процесса, но так же зависимы от научной методологии,

которая доминирует при реализации мониторинга качества, а так же требований акторов к мониторингу, определяющих направления в интерпретации результатов оценки качества [2].

На современном этапе интерпретация результатов мониторинга качества образования продиктована значимостью таких качеств как: способности эффективно адаптироваться в профессиональной среде, максимальной реализацией творческих способностей в профессиональной деятельности, развитостью когнитивной сферы, способности к быстрому обучению и переориентированию в ходе профессиональной деятельности, способности к пониманию изменчивости современной общественной жизни и культуры [1]. Данные тенденции значимы, исходя из отслеживаемой динамики социальных и экономических изменений в современном мире, и существенно отличаются от тех, которые господствовали в конце 20 и начале 21 веков. Оценка качества образовательного процесса в наши дни в первую очередь направлена на мониторинг ключевых компетенций специалиста, его возможность творчески реализовывать свой потенциал, как в ходе обучения, так и в ходе профессиональной деятельности, а не на мониторинг количества усвоенных знаний, умений и шаблонов их реализации в деятельности [3].

Исходя из трансформаций критериев качества образования и подходов данной проблематике, на современном этапе качество образования определяется как «совокупность особенностей результатов образовательного процесса, определяющих целенаправленное формирование компетентностей, профессионального самосознания, способности к самообразованию и самоорганизации» [2]. Совокупность данных особенностей результатов образовательного процесса, исходя из современных подходов к содержанию качества образования, должна иллюстрировать способности к профессиональной деятельности, исходя из требований предъявляемых социумом, экономикой и системы хозяйствования, должна обеспечивать оптимальное соотношение эффективности деятельности и ответственностью за ее последствия.

На данный момент наиболее важным критерием качества образования является соответствие достигнутого уровня результатов образовательного процесса - выбранному в качестве эталона уровню, регламентированному государственными образовательными стандартами [3].

Использованные источники:

1. Щедровицкий, Г. П. Проблемы методологии системного исследования Текст. / Г. П. Щедровицкий М.: Знание, 1964. - 489с.
2. Щедровицкий, Г, П. Система педагогических исследований (методологический анализ) Текст. / Г. П. Щедровицкий // Педагогика и логика. М. : Касталь, 1993. - С. 16-20.
3. Тюников, Ю. С. Типичные ошибки в применении педагогических методов Текст. / Ю. С. Тюников, М. А. Мазниченко // Школьные технологии. 2004. - № 3. - С. 145-155.

Селезнев В.В.
студент 3 курса
Пилипенко А. С.
студент 3 курса
Ламыг В. С.
студент 3 курса
направление подготовки «пед. образование»
профиль «физика. математика»
БГУ им. акад. И.Г. Петровского
филиал в г. Новозыбков

ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Аннотация: в статье приведен примерный вариант активизации знаний с использование практического опыта учащихся в рамках реализации личностно-ориентированной технологии.

Annotation: the article contains a sample activation of knowledge with the practical experience of the students within the framework of the implementation of student-centered technology.

Ключевые слова: личностно-ориентированная технология, урок.

Keywords: personality-oriented technology lesson.

Личностно-ориентированные технологии ставят в центр всей школьной образовательной системы личность ребенка, обеспечение комфортных, бесконфликтных и безопасных условий ее развития, реализации ее природных потенциалов. Личность ребенка в этой технологии не только субъект, но и субъект приоритетный: она является целью образовательной системы, а не средством достижения какой-либо отвлеченной цели (что имеет место в авторитарных и дидактоцентрических технологиях). Такие технологии называют еще антропоцентрическими, они имеют гуманистическую и психотерапевтическую направленность, их цель разностороннее, свободное и творческое развитие ребенка.

Личностно-ориентированные технологии характеризуются антропоцентричностью, гуманистической и психотерапевтической направленностью и имеют целью разностороннее, свободное и творческое развитие ребёнка как субъекта деятельности.[1]

Использование данных технологий требует от участников образовательного процесса создания ряда условий, а именно:

разрабатываются индивидуальные программы обучения, моделирующие исследовательское (поисковое) мышление;

организуются групповые занятия на основе диалога и имитационно-ролевых игр;

учебный материал конструируется для реализации метода исследовательских проектов, выполняемых самими учениками.

С целью внедрения личностно-центрированного подхода к занятию, учитываются следующие особенности:

оценка и необходимая коррекция психологических состояний в течение всего занятия (эмоциональных – радость, досада, весёлость и др.; интеллектуальных – сомнение, сосредоточенность и др.);

поддержка высокого уровня мотивации в течение всего занятия с использованием приёма смещения мотива на цель;

выявление субъектного опыта детей по предложенной теме; подача нового материала с учётом психолого-педагогической характеристики группы;

использование различных сенсорных каналов при объяснении нового материала;

построение деятельности каждого ребёнка с учётом данных психолого-педагогических обследований и рекомендаций психолога и общие рекомендации нейропсихофизиологов;

отказ от фронтальной работы как основной формы проведения занятия и широкое использование различных вариантов индивидуальной, парной или групповой работы;

гендерный аспект в организации различных форм работы на занятии; в подборе методов и приёмов учебно-воспитательного процесса;

использование при работе над закреплением темы разнообразного дидактического материала, позволяющего ребёнку развивать различные сенсорные каналы, проявлять избирательность к типу, виду и форме задания, характеру его выполнения;

обязательная оценка и коррекция процесса и результата учебной деятельности каждого ребёнка в ходе занятия; широкое применение самооценки и взаимооценки;

создание условий для формирования у каждого ребёнка высокой самооценки, уверенности в своих силах;

проведение с детьми рефлексии занятия (что узнали, что понравилось, что хотелось бы изменить или, наоборот, повторить).[1]

Как пишет Белоус Н.Н. «В высших учебных заведениях, готовят будущих педагогов, студентам должны быть созданы самые благоприятные условия для использования средств информационных технологий для поиска и получения информации, развития познавательных и коммуникативных способностей, умения оперативно принимать решения в сложных ситуациях и т.д. [4]

Проиллюстрируем описанную технологию на фрагменте урока в 8 классе по теме «Работа электрического тока» по программе А.В. Перышкина и Н.А. Родиной. Для реализации личностно-ориентированной технологии учитель развивает следующий диалог:

Учитель. Сегодня на уроке мы продолжим изучение электрических явлений. Вначале попытаемся вспомнить то, что вы хорошо уже знаете и что поможет вам понять новую тему. Давайте проведем небольшой эксперимент. Соедините ладони, и быстро потрите их друг о друга. Что, вы,

почувствовали?

Ученик. Они нагрелись за счет силы трения. Наши ладони перемещались друг относительно друга, а значит, совершали работу. Затраченная работа равна произведению силы трения на перемещение.

Учитель. А совершалась ли работа, когда вы писали ручкой?

Ученик. Да, она совершалась мускульной силой руки.

Учитель. Итак, в обоих случаях была совершена работа, так как наличествует сила и перемещение. С понятием работы вы уже неоднократно сталкивались в обыденной жизни. Этим словом мы называем всякий полезный труд рабочего, инженера, врача, учителя. Ваша работа – это тоже работа. Но в физике понятие работа несколько иное. Работа – это определенная физическая величина. [3]

Задавая такие вопросы учитель наталкивает детей на связь физических явлений с повседневной жизнью, а такм образом подводит их к осмыслению нового физического понятия.

Для достижения ситуации успеха учителю можно составить карточки с заданиями различного уровня сложности, чтобы ни один ученик не получил неудовлетворительную оценку.[2]

Используя данную технологию, учитель получает большую отдачу. Это достигается благодаря акценту на связь физики и повседневной жизни. А также большое значение играет возможность выбора задания по уровню сложности.

Использованные источники:

1. Социальная сеть работников образования. URL: http://nsportal.ru
2. Фестиваль педагогических идей. URL: http://festival.1september.ru
3. Перышкин А.В., Родина Н.А. Физика-8. М.: Дрофа, 2009
4. Белоус Н.Н. ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук №2 2015г. 66 с.

Сивоконь Е.Е., к.пед.н.
доцент
кафедра «Информационных технологий
и методики преподавания информатики»
Лесняк И.Г.
студент 4 курса
институт «Математики, механики и компьютерных наук»
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПРОБЛЕМА СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЛИЧНОСТИ, В УСЛОВИЯХ ИОС ШКОЛЫ

Статья посвящена проблеме создания и функционирования виртуального представительства личности учащегося в информационном поле информационной образовательной среды образовательной

организации. В данном контексте сайт образовательной организации рассматривается как часть информационной образовательной среды и платформа для формирования виртуального образовательного представительства личности.

Ключевые слова: информационная образовательная среда, информационное образовательное пространство, виртуальное представительство личности, сайт образовательной организации

В настоящее время ставится немало задач перед образовательными организациями для улучшения их развития и функционирования, деятельность которых должна учитывать образовательные, политические, социально-экономические и культурные цели модернизации современной школы.

Для того, чтобы их решить необходимо, создание информационной образовательной среды (ИОС) образовательного учреждения как структурного элемента информационно-образовательного пространства в рамках проектировочной деятельности по построению информационного общества. Требования к ИОС школы являются составной частью государственных образовательных стандартов начального, основного и среднего (полного) общего образования [2,6].

ИОС – это информационная среда, целенаправленно создающаяся для осуществления образовательного процесса. Необходимо отметить, что образовательный процесс может протекать, как в специальном учебном заведении (например, школе), так и вне его (например, человек занимается самообразованием и для этого использует ресурсы Интернет, библиотечные фонды, различные семинары, консультации и т.д.) [4,5].

В настоящее время закон "Об образовании в РФ" требует, чтобы каждое учебное заведение имело официальный сайт, независимо от формы собственности и типа. В статье 28 "Компетенция, права, обязанности и ответственность образовательной организации" настоящего закона, одной из компетенций является: "обеспечение создания и ведения официального сайта образовательной организации в сети "Интернет". Так же данный закон и положения, разработанные в соответствии с ним, содержат требования к информации, размещенной на сайте (Статья 29 Закон 273-ФЗ "Об образовании в РФ") [1].

Прежде всего, сайт школы является источником информации для субъектов образовательного процесса: учителей, учеников, родителей [7].

Учителя могут использовать сайт в качестве средства коммуникации. На официальном сайте школы могут проводиться различные рейтинговые конкурсы для учеников, классов, учителей.

Ученикам он может служить источником актуальных новостей, изменениях в расписании занятий, "карантине", планируемых мероприятиях.

Для родителей сайт это источник дополнительной информации о школе и учебном процессе.

Можно сказать, что сайт - это электронная визитка для всей школы. И

поэтому нужно стараться совершенствовать его содержание, чтобы на нем отражалось как можно больше информации, которая может понадобиться субъектам образовательного процесса. Школьный сайт делится на две части: нормативную и вариативную.

Нормативная часть – это часть, содержание которой закреплено в «Законе об образовании» и которая должна размещаться в обязательном порядке, сюда относится:

– общая информация о школе (название, координаты, информация об администрации, правила приема, профиль и направленность обучения);

– документы, регламентирующие деятельность учреждения (устав и локальные акты, учебный план, образовательная программа, программа развития, федеральный государственный образовательный стандарт).

Вариативная часть – это материал, который характеризует своеобразие школы, ее цели и ценности, традиции, образовательную стратегию (история школы; достижения школы, педагогов, учащихся; система воспитательной работы; система дополнительного образования; методическая и научно - исследовательская работа; продукты деятельности учащихся) [8].

Но, несмотря на это, в сети не так часто можно встретить информативный и часто посещаемый сайт. Чтобы включить учителей в работу с сайтом можно им предложить создание их собственных персональных страниц, ссылки на которые и будут располагаться на школьном сайте. Здесь учитель может разместить информацию о себе, пройденных курсах повышения квалификации, полученных наградах: грамотах, дипломах, благодарностях. Показать результаты своей педагогической деятельности. Также учитель может делать подборку различных образовательных материалов. Создать раздел для учеников, где будут находиться интересные, познавательные материалы по предмету, которые могут заинтересовать учащихся.

Другим решением является - предложение учащимся разработать собственную персональную страничку. Это поможет школьникам научиться презентовать свои идеи, удовлетворять индивидуальные образовательные интересы, потребности и склонности, а также будет способствовать их творческой реализации. Ученик может размещать тут собственные проекты, тексты исследовательских работ, самостоятельно созданную графику, фотографии с интересных мероприятий, в которых он принимает участие [9]. Такой «деятельностный» подход к представлению учащегося на школьном сайте является интересным и значимым. Это способ популяризации достижений, а еще ценная информация для родителей.

Таким образом, можно говорить, о формировании виртуального образовательного представительства личности, в условиях ИОС школы, призванного оказать положительное воздействие на процессы обучения, развития и воспитания [3].

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "Об

образовании в Российской Федерации"
2. ФГОС ООО. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования. Просвещение, 2011
3. Зайцева Ж.Н. Генезис виртуальной образовательной среды на основе интенсификации информационных процессов современного общества / Ж.Н. Зайцева, В.И. Солдаткин // Информационные технологии, №3, 2000.
4. Заславская О.Ю., Крестников В.С. Специфика обучения информатике на основе использования информационных технологий в условиях проектирования единой информационно-образовательной среды, 2012.
5. Коротенков Ю.Г. Информационно-образовательная среда основной школы. Академия айти-2011.
6. Осмоловская И.М. Информационно-образовательная среда общеобразовательной школы, 2012 [Электронный ресурс]
7. Смирнова З.Ю., Тумалева Е.А., Цывин В.М., Бурцева Н.М., Федорова Л.Ф., Федосов А.Б., Брыкова О.В., Ээльмаа Ю.В. Информационная политика образовательного учреждения: Методическое пособие, 2008.
8. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / А.В. Щербина, В.Н. Курочкин, Л.П. Грищенко /Под ред. д.э.н. проф. А.Ю. Архипова. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 2015. – 196 с.

Сивоконь Е.Е., к.п.н.
доцент
кафедра «Информационных технологий
и методики преподавания информатики»
Милованова Т.А.
магистрант 2 курса
институт «Математики, механики и компьютерных наук»
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону

РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ УЧАЩИХСЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РОБОТОТЕХНИКЕ

Статья посвящена проблеме развития творческих способностей учащихся, с целью раскрытия потенциала всего современного общества. Развитие творческих способностей рассматривается через введение в школьные учебные планы занятий по робототехники.

Ключевые слова: творчески способности, дополнительное образование, факультативные курсы, робототехника, программирование.

Развитие творческих способностей детей способствует не только развитию конкретной личности, но и творческого потенциала всего государства, всего общества. Сейчас творчество является необходимым критерием развития любой гармонично развитой личности, для чего не обязательно относить себя к людям искусства или науки.[6]

. Творческим мышлением должен обладать любой человек, независимо

от выбираемой им сферой деятельности. Творчество, в какой бы отрасли оно не применялось, делает жизнь человека увлекательной, многогранной, стимулирует интерес к процессам, происходящим в окружающем мире и позволяет ощущать радость открытия.

Творчество – это способность, вбирающая в себя целую систему взаимосвязанных способностей-элементов: воображение, ассоциативность, фантазия, мечтательность (Л.С.Выготский, Я.А. Пономарев, Д. Б.Эльконин, А.И.Леонтьев).[1]

Для развития творческих способностей учащихся, необходимо иметь не только фундаментальные знания в области психологии, но и понимать самого ребенка, учитывать индивидуальные различия, одни из которых надо учитывать и адаптироваться к ним, другие воспитывать, а третьи развивать в направленной деятельности.

Выделяют следующие компоненты творческих (креативных) способностей школьников:

- творческое мышление,
- творческое воображение,
- применение методов организации творческой деятельности.

Одним из средств развития творческих способностей, доступных в современном образовании могут быть факультативные курсы, являющиеся не обязательными предметами, выбираемыми по желанию, исходя из склонностей учащихся, и позволяющие удовлетворить познавательные интересы учащихся. Кроме того, могут быть организованы курсы в рамках дополнительного образования, которое в соответствии с новыми ФГОС являются неотъемлемой частью современного образовательного процесса.[2]

В учебный процесс факультативный курс «Робототехника» был введен с 2011 в рамках реализации задач дополнительного образования. Такой курс может способствовать развитию творческих способностей учащихся, дает волю фантазии и техническому творчеству ученика. Обучение детей чаще всего в настоящее время строится с использованием конструкторов LEGO Mindstorms NXT, которые достаточно широко распространены в образовательном процессе в России и за рубежом.

Робототехника — прикладная наука, занимающаяся разработкой автоматизированных технических систем. Робототехника опирается на такие дисциплины, как электроника, механика, программирование. [3]

Работа с образовательными конструкторами LEGO Education и MINDSTORM NXT позволяет школьникам в форме познавательной игры узнать многие важные идеи и развить необходимые в дальнейшей жизни навыки. Занятия по данной программе способствует развитию творческих способностей учащихся, формируют специальные технические умения, развивают аккуратность, усидчивость, организованность, нацеленность на результат.

Изучение программирования в школьном курсе информатики должно рассматриваться не как процесс усвоения конкретного языка

программирования, а как процесс развития личности ребенка. Этим объясняется большое количество учебных языков программирования основанных на концепции робота исполнителя. Ребенок не должен вникать в сложные структуры профессионального языка программирования, он должен усвоить некие фундаментальные принципы, которые лежат в процессе формализации задачи и составления алгоритма ее решения. Язык программирования должен быть простым, наглядным, но одновременно и привлекательным, позволяющим реализовывать интересные детям проекты. Таким языком является Лого, который применяется для формирования мышления детей начальной и средней школы. Конструкторов существует большое количество, в первую очередь рассмотрим робототехнический конструктор Lego Mindstorms NXT, т.к. он основан на уже знакомой концепции исполнителя алгоритма. В отличие от исполнителя языка программирования Лого робот, собранный из конструктора Lego материален, что позволяет решить проблему излишней виртуализации знаний, которая возникла в последнее десятилетие благодаря широкому применению компьютерной техники.[4]

Современный школьник познает окружающий мир через экран монитора, что уже становится проблемой, т.к. это сказывается на объективности восприятия ребенка.

Программирование реального робота позволяет увидеть законы математики не на страницах тетради или учебника, а в окружающем мире.

В настоящее время многие образовательные учреждения ввели в учебный процесс спецкурсы по робототехнике в рамках факультативных занятий по информатике.

Учебный курс «Робототехника» способен успешно реализовать задачи дополнительного образования, способствует развитию творческих способностей учащихся, процессу социализации, развитию коммуникативных навыков при организации и участии в соревнованиях, выставках и праздниках, посвященных Робототехнике. [5]

Использованные источники:

1. Выготский Л. С. Собрание сочинений: В 6т. – М., 1987.
2. В. А. Юдин. Большая советская энциклопедия. — М.: Советская энциклопедия 1969—1978.
3. Василенко, Н.В. Никитан, КД. Пономарёв, В.П. Смолин, А.Ю. Основы робототехники.- Томск МГП "РАСКО", 1993. 470с.
4. Ушаков А.А. Робототехника в средней школе - практика и перспективы //Педагогическое образование на Алтае (Педагогический университетский вестник Алтая), 2010. №1
5. Чехлова А. В., Якушкин П. А.«Конструкторы Lego Mindstorms NXT в курсе информационных технологий. Введение в робототехнику». - М.: ИНТ, 2001 г.
6. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / А.В.

Щербина, В.Н. Курочкин, Л.П. Грищенко /Под ред. д.э.н. проф. А.Ю. Архипова. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 2015. – 196 с.

Сивоконь Е.Е., к.п.н.
доцент
кафедра «Информационных технологий
и методики преподавания информатики»
Милованов А.А.
магистрант 2 курса
институт «Математики, механики и компьютерных наук»
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЕТЕЙ-ИНВАЛИДОВ

Статья посвящена проблеме организации образовательного процесса детей-инвалидов посредством технологии дистанционного обучения, возможность такого обучения в центрах дистанционного образования при образовательных организациях (школах). В статье так же поднимается вопрос о выборе программного обеспечения для реализации дистанционного образовательного процесса.

Ключевые слова: образование детей-инвалидов, дистанционное образование, центры дистанционного образования, дистанционные технологии обучения.

Проблема организации образовательного процесса для детей, имеющих ограниченные возможности здоровья, позволяющего адаптироваться ребенку с так называемыми «особыми образовательными потребностями» относится к ряду приоритетных вопросов модернизации и развития российского образования, да и всего общества в целом.

Законодательством Российской Федерации, согласно с основополагающими международными документами в области организации образования, предусмотрены равные права на образование для детей данной категории.

В силу различных обстоятельств, в зависимости от физических возможностей учащихся не всегда возможно организовать обучение таких ребят в школе, в таких случаях целесообразна организация центров дистанционного образования при образовательных организациях, в том числе и при школах. Организация обучения с использованием дистанционных форм обучения позволяет детям с ограниченными возможностями здоровья получить полноценное образование, которое в дальнейшем может быть продолжено в среднеспециальных и высших учебных заведениях, поддерживающих дистанционную форму организации образовательного процесса.

В соответствии с приказами департамента образования и науки от 20 июля 2011 года № 3892 «О модернизации общеобразовательных учреждений

путём организации в них дистанционного обучения для обучающихся» и от 18 августа 2011 года № 4288 «Об организации обучения детей-инвалидов, обучающихся на дому с использованием дистанционных образовательных технологий, по программам начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования» в 2011-2012 учебном году в Российской Федерации были введены проекты по реализации дистанционного обучения детей-инвалидов на дому по образовательным программам общего образования.

При организации обучения в специализированных центрах дистанционного обучения детей с особыми образовательными потребностями необходимо создание специфических условий обучения каждого ребенка, с учетом его индивидуальных особенностей, рекомендациями психологов и медиков. Необходима при этом разработка методического, педагогического сопровождения образовательного процесса, которая ложится в основном на преподавателя, работающего непосредственно с ребенком и осуществляющего индивидуальный образовательный процесс.

В данной ситуации преподаватель вынужден подбирать такое программное обеспечение, которое позволит реализовать сам процесс дистанционного обучения и позволит минимизировать затраты образовательной организации на приобретение дорогостоящего лицензионного программного обеспечения. Существенным подспорьем в организации такого образовательного процесса может стать использование сетевых сервисов, таких как Google. Документы Google позволяют учителю создавать документы, давая при этом доступ для совместного использования учащимся, которые в свою очередь, могут редактировать эти документы, выполнять задания онлайн. При этом очень удобно то, что загруженные с использованием данного сервиса документы доступны учащимся, вне зависимости от их географического местонахождения и используемого программного обеспечения (браузера). При этом общие документы, папки могут быть использованы не только при взаимодействии учителя и учащихся, но и про организации работы методических сетевых сообществ учителей-предметников, методистов и администрации таких дистанционных центров, которые могут быть так же быть не привязаны к географическому местоположению центра.

Опыт использования сетевого ресурса Документы Google в учебном процессе может быть полезен для проведения интегрированных мероприятий по всем предметам школьного цикла, способствовать повышению мотивации школьников к изучению конкретного предмета и освоению информационных технологий в целом.

Скоморохова Н.А.
старший преподаватель
Школа педагогики ДВФУ
Россия, г. Уссурийск

АКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ГЕНДЕРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ

В статье приводятся доводы целесообразности использования активных методов обучения при формировании гендерной компетентности будущих учителей, а так же дается краткая характеристика целесообразных методов и форм обучения.

Ключевые слова: гендерная компетентность, активные методы обучения.

ACTIVE LEARNING AS A CONDITION OF FORMATION OF GENDER COMPETENCE OF FUTURE TEACHERS

The article argues the feasibility of using active learning methods in the formation of gender competence of future teachers, as well as a brief description of appropriate methods and forms of education.

Keywords: gender competence, active learning methods.

Одним из приоритетных направлений модернизации системы образования России является ориентация на личностный рост обучающихся, их саморазвитие и самоактуализацию. Центрирование педагогического процесса на личности учащихся, их интересах и склонностях, учете их индивидуальных особенностей, сопровождается осуществлением определенных изменений в подготовке будущих педагогов. Причем, эти изменения касаются личностной подготовки студентов к профессиональной педагогической деятельности.

Переход от традиционной «знаниевой» парадигмы образования при оценке результатов образования к «компетентностной» также акцентирует внимание на личности будущего специалиста, его готовности к будущей профессиональной деятельности, к творческому подходу и саморазвитию при ее осуществлении. По мнению В.А. Болотова и В.В. Серикова [1], природа компетентности такова, что она, будучи продуктом обучения, не прямо вытекает из него, а является следствием саморазвития индивида, его не столько технологического, сколько личностного роста, следствием самоорганизации и обобщения деятельностного и личностного опыта. Чтобы будущий педагог мог способствовать личностному росту и самоактуализации обучающихся, он сам должен обладать определенными профессионально-личностными компетентностями.

Изучению профессиональной компетентности педагога посвящены работы Н.В. Кузьминой, А.К. Марковой, Л.М. Митиной, В.А. Сластенина и др. Все они едины в убеждении, что профессиональная компетентность педагога характеризуется не столько сформированностью комплекса знаний,

умений и навыков, сколько особенностями личностного развития и профессиональной позиции.

На наш взгляд, в качестве составляющих общей профессиональной компетентности учителя целесообразно выделить гендерную компетентность. Необходимость введения этой компетенции обусловлена сложными педагогическими, культурными и социальными трансформациями современного общества, изменением положения и ролей мужчин и женщин, сменой стереотипов и т.д.

Понятие «гендерная компетентность» появилось относительно недавно, и изучение этого феномена пока находится на начальной стадии своего теоретического и эмпирического исследования.

М.А. Радзивилова [6] под гендерной компетентностью понимает динамическое образование личности (студента/специалиста), включающее представления о предназначении мужчин и женщин в обществе, особенностях собственной женской /мужской индивидуальности, образе Я, знания о гендерных особенностях субъектов педагогического взаимодействия; ценностное отношение к представителям обоих полов, их взаимоотношениям.

С.В. Рожкова и В.В. Мошненко [7] считают, что гендерная компетенция предполагает сформированность у преподавателя или учителя понимания о предназначении мужчин и женщин в обществе, их статуса, функций и взаимоотношений, способность критического анализа своей деятельности как представителя определённого гендера, а также знания о гендерных особенностях субъектов образовательного процесса и других аспектов гендерной педагогики.

Гендерная компетенция студентов педвузов, по мнению Л.И. Столярчук [8], включает знания о гендерных особенностях учащихся и умение учитывать их в процессе обучения и воспитания; сформированность у будущего учителя гендерной идентичности, понимания о предназначении мужчин и женщин в обществе, их статуса, функций, основанных на ценностях различных культур взаимоотношений полов; ожиданиях учащихся от учителя как представителя определенного гендера.

Процесс становления профессиональных и личностных компетенций будущего учителя, в том числе и гендерной, довольно трудно осуществить только традиционными формами обучения студентов в вузе (лекционными, практическими, семинарскими занятиями). Формирование компетенций предполагает создание таких условий, в которых студент может проявить не только интеллектуальную и познавательную активность, но и личностную социальную позицию, свою индивидуальность. При активном обучении студент в большей степени выступает субъектом учебной деятельности, чем при пассивном обучении, вступает в диалог с преподавателем, активно участвует в познавательном процессе, выполняя творческие, поисковые, проблемные задания.

Активное обучение осуществляется благодаря использованию

активных и интерактивных методов и форм проведения учебных занятий.

Формирование гендерной компетентности и преподавание гендерных дисциплин предполагает использование активных и интерактивных методов и форм обучения прежде всего потому, что гендерное знание затрагивает базовые ценности и предполагает личностное восприятие изучаемых проблем. Кроме того, активные и интерактивные методы направлены на гуманизацию и демократизацию педагогического процесса, на расширение свободы отношений между участниками педагогического процесса и за его пределами. Оптимальный коммуникативный вариант в гендерном обучении – диалог, направленный на осмысление «себя в мире» и «мира вокруг себя». Реализация этих подходов осуществляется через обращение к мнению аудитории.

В психолого-педагогической литературе накоплен огромный арсенал форм и методов обучения, воспитания и развития обучаемых, которые можно отнести к активным. При этом следует подчеркнуть, что ведущими формами учебной деятельности академического типа остаются лекции и семинары. Далее кратко рассмотрим активные методы обучения, которые, по нашему мнению, способствуют формированию гендерной компетенции будущих учителей.

Проблемные лекции, основным отличием которых от традиционной (информационной) лекции является предъявление теоретического материала в форме проблемной задачи, в условиях которой имеются противоречия, требующие разрешения.

Семинар-дискуссия представляет собой групповое обсуждение студентами учебной проблемы, что задает устремленность к поиску нового знания-ориентира для последующей самостоятельной деятельности. цели проведения дискуссии в студенческой группе могут быть разные: овладение гендерными знаниями, диагностика гендерных представлений, осознание и преобразование гендерных установок и др. Такая форма работы способствует высокой вовлеченности студентов в обсуждение содержания проблемы. Кроме того, при формировании гендерной компетентности будущих педагогов, целесообразно включение мини-дискуссий во время лекционного процесса.

Семинар-тренинг – форма, позволяющая участникам за относительно короткий промежуток времени поработать со своими знаниями, поведенческими навыками и чувствами в воображаемом, идеальном и условно заданном проблемном коммуникативном пространстве. Особенностью тренингов является «формообразование» личности, адекватное содержанию, требованиям профессиональной деятельности.

Метод «кейс-стади» (case-study) представляет собой метод активного обучения на основе рассмотрения случаев и ситуаций. Его сущность состоит в том, что учебный материал подается студентам в виде проблем (кейсов), а знания приобретаются в результате активной и творческой исследовательской работы.

Особую роль в формировании гендерной компетентности педагога выполняют *ролевые, позиционные, имитационные игры, игры-драматизации*. Они воспроизводят педагогическую действительность в условном моделированном виде и будучи наглядной опорой для представления, служат способом абстрагирования, возвышения над конкретностью, обобщения индивидуального гендерного опыта студента и выхода его на понятийный уровень профессионального мышления.

Формирование гендерной компетентности невозможно без диагностики исходного состояния гендерных установок студентов. Одной из эффективных психотехнологий формирования гендерной компетентности является *развивающая психодиагностика*. В данном случае интерпретируя результаты диагностики индивидуально-психологических характеристик личности, связанных с гендером, и сообщая их студенту, мы тем самым актуализируем имеющиеся у него гендерные знания, а так же расширяем его гендерную компетентность.

Кроме того, при формировании гендерной компетентности целесообразно использовать *работу с рисунком* (на материале живописных портретов, на которых изображены мужчины и женщины, мальчики и девочки, обсуждаются проблемы влияния гендерных стереотипов), проводить *гендерный анализ рекламных роликов кинофильмов, мультфильмов, средств массовой информации, книг, учебников* и др. с целью выявления сексизма.

Не менее важную роль в преподавании дисциплин гендерной направленности играет позиция преподавателя: его манера изложения материала, особенности общения с аудиторией, стиль проведения занятий. Постоянная рефлексия преподавателя своей деятельности обоснована стоящей перед ним задачей – сформировать понимание необходимости гендерного равенства и воспитании адекватных оценок гендерных различий.

Таким образом, условием развития гендерной компетентности будущих педагогов, на наш взгляд, выступает активное обучение в вузе, направленное на высококачественную, современную, профессиональную подготовку.

Использованные источники:

1.Болотов, В.А. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе / В.А. Болотов, В.В. Сериков // Педагогика. – 2003. – №10. – С.15-20.

2. Радзивилова, М.А. Апрейзеры гендерной компетентности педагога / М.А. Радзивилова // Гендерные исследования в образовании: проблемы и перспективы: сб. науч. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. Волгоград, 15-18 апр. 2009 г. – Волггоград: Изд-во ВГПУ "Перемена", 2009. – 342 с. – С.68-72.

3. Рожкова, С. В. Гендерная компетенция педагога [Электронный ресурс] // Международная научно-практическая интернет конференция: Преподаватель высшей школы в XXI веке / С. В. Рожкова, В. В. Мошненко. – Ростов н/Д.,

2007. – Режим доступа : http://www.t21.rgups.ru/archive/Arhiv2007s1
4. Столярчук, Л.И. Становление гендерной компетенции будущего учителя [Электронный ресурс] // Международная научно-практическая интернет конференция: Преподаватель высшей школы в XXI веке / Л.И. Столярчук. – Ростов н/Д., 20070. – http://www.t21.rgups.ru/archive/Arhiv2007s1

Скоморохова Н.А.
старший преподаватель
кафедра «Психология образования»
Школа педагогики ДВФУ
Забара Д.О.
студент 4 курса
направление подготовки «Психолого -педагогическое образование»
Россия, г. Уссурийск

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ РОДИТЕЛЕЙ В ВОСПИТАНИИ МАЛЬЧИКОВ И ДЕВОЧЕК ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Статья посвящена выявлению специфики взаимодействия родителей, имеющих различные гендерные стереотипы, с детьми дошкольного возраст. Особенности взаимодействия родителей с детьми оказывают значительное влияние на формирование личности последних. Существующие в обществе гендерные стереотипы задают вектор воспитания подрастающего поколения и определяют характер взаимодействия родителей с детьми разного пола.

Ключевые слова: институт социализации, гендерные стереотипы, маскулинность, феминность, андрогиния.

GENDER STEREOTYPES OF PARENTS IN EDUCATION OF BOYS AND GIRLS PRESCHOOL

The article is devoted to revealing the specifics of the interaction of parents with different gender stereotypes, with children of preschool age. Features of interaction of parents with children have a significant impact on the formation of the personality of the latter. Existing social gender stereotypes define the vector of educating the younger generation and determine the nature of the interaction of parents with children of different sexes.

Keywords: Institute of socialization, gender stereotypes, masculinity, femininity, androgyny.

На каждом этапе развития личности доминирующим является определенный институт социализации. Так в дошкольном возрасте, по мнению многих исследователей, таким ведущим институтом является семья. Именно в семье закладываются навыки общения, нормы взаимоотношений, развивается личность ребенка. Решающим моментом социализации дошкольников выступают взаимоотношения, которые складываются между

родителями и детьми [2], [8], [11].

Разделение людей на мужчин и женщин является центральной установкой восприятия самого себя и окружающих. Пол ребенка сигнализирует окружающим о том, в духе какой половой роли, мужской или женской, он должен воспитываться. В любом обществе от мальчиков и девочек ожидают неодинакового поведения и по-разному обращаются с ними.

Родители, воспитывая ребенка определенного пола, опираются, прежде всего, на собственные представления о том, каким должен быть мужчина и какой женщина. Во многом эти представления детерминированы гендерными стереотипами, которые существуют в обществе, и гендерными стереотипами присущими самим родителям.

И.С. Клецина [4] определяет гендерные стереотипы как стандартизированные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующие понятиям «мужское» и «женское». В сущности гендерные стереотипы представляют собой социальные нормы, которые, как и другие социальные стереотипы, относительно необоснованны и очень жизнестойки.

Понятие «гендерные стереотипы» подразумевают, во-первых, качества и характеристики, с помощью которых обычно описываются мужчины и женщины. Во-вторых, в гендерных стереотипах содержатся нормативные образцы поведения, традиционно приписываемые лицам мужского или женского пола. В третьих, в гендерных стереотипах отражены обобщенные мнения, суждения, представления людей о том, чем же отличаются друг от друга мужчины и женщины. И, наконец, в-четвертых, гендерные стереотипы зависят от культурного контекста и той среды, в которой они находят свое применение [5], [12].

Все описанные в литературе гендерные стереотипы, по мнению И.С. Клециной [4], можно разделить на три группы. Во-первых, это стереотипы маскулинности–феминности. Мужчинам и женщинам приписываются вполне определенные психологические качества и свойства личности. Так, мужскими (маскулинными) чертами считаются доминантность, независимость, компетентность, самоуверенность, агрессивность и склонность рассуждать логически; женскими (феминными) же чертами являются покорность, зависимость, эмоциональность, конформность и нежность. Во-вторых, это стереотипы, касающиеся закрепления семейных и профессиональных ролей в соответствии с полом. Для женщин главными социальными ролями являются семейные роли (мать, хозяйка), для мужчин – профессиональные. В-третьих, стереотипы, связанные с различиями в содержании труда. За женщинами закреплена экспрессивная сфера деятельности, где главным является исполнительский и обслуживающий характер труда; мужчинам же предписана инструментальная сфера, где главным является творческий, созидательный, руководящий труд.

В данном исследовании мы предприняли попытку выявить

особенности взаимодействия родителей, имеющих различные гендерные стереотипы, с девочками и мальчиками дошкольного возраста.

Для выявления системы представленный родителей дошкольников о типично мужских и женских чертах и качествах использовалась методика «Исследование маскулинности–феминности личности» С. Бем в модификации И.С. Клециной [10], а для изучения особенностей взаимодействия родителей с детьми **«Опросник для изучения взаимодействия родителей с детьми» И.М. Марковской (ВРР)** [7].

Эмпирическую базу исследования составили 60 родителей дошкольников, посещающих МБДОУ детский сад с. Чернышевка Приморского края. В исследовании приняли участие 30 отцов и 30 матерей, из них 13 отцов и 19 матерей, воспитывающих мальчика, а также 17 отцов и 11 матерей, воспитывающих девочку.

В результате первичной обработки данных было выявлено, что 60% отцов дошкольников имеют андрогинный гендерный стереотип относительно мужчин, 3,3% – феминный и 36,7% – маскулинный мужской гендерный стереотип. В то же время 76,7% матерей имеют андрогинный мужской гендерный стереотип, 23,3% – феминный мужской гендерный стереотип.

Исследование гендерных стереотипов относительно образа женщины, выявило, что среди отцов андрогинным женским гендерным стереотипом обладают 66,7%, феминным – 30%, маскулинным гендерным стереотипом – 3,3% мужчин. 66,7% матерей, воспитывающих дошкольников, обладают андрогинным женским гендерным стереотипом, 33,3% – феминным.

Заметим, что маскулинный гендерный стереотип относительно мужчины (мужской гендерный стереотип) или относительно женщины (женский гендерный стереотип) свидетельствует об убежденности респондента в том, мужчина или женщина должны обладать традиционно мужскими качествами (например, доминантность, независимость, самоуверенность и др.). Феминный гендерный стереотип относительно мужчины (мужской гендерный стереотип) или относительно женщины (женский гендерный стереотип) свидетельствует об убежденности респондента в том, мужчина или женщина должны обладать традиционно женскими качествами (например, покорность, зависимость, эмоциональность, нежность и др.). Андрогинный гендерный стереотип относительно мужчины (мужской гендерный стереотип) или относительно женщины (женский гендерный стереотип) свидетельствует об убежденности респондента в том, мужчина или женщина должны обладать как мужскими, так и женскими качествами.

Таким образом, большинству родителей дошкольников присущи андрогинные гендерные стереотипы как относительно мужчин, так и относительно женщин. Полученные нами данные подтверждаются имеющимися на данный момент научными фактами о трансформации традиционных маскулинных и феминных гендерных стереотипов в сторону

андрогинии [1], [3], [6], [9], [13]. Следует отметить, что в обследованной группе родителей не было выявлено ни одной женщины с «традиционным» маскулинным гендерным стереотипом в отношении мужчин.

Дальнейший анализ результатов эмпирического исследования был проведен с помощью математико-статистического метода критерия сравнения средних U-Манна-Уитни с использованием пакета программ статистической обработки данных SSPS версия 17.0.

В результате сравнительного анализа параметров взаимодействия с дочерьми у отцов, имеющих андрогинный и феминный гендерный стереотип относительно женщин, были выявлены значимые различия в таких параметрах взаимодействия с девочками дошкольного возраста, как «Отсутствие сотрудничества – сотрудничество» (U = 9,5*), «Тревожность за ребенка» (U = 7,0*), «Непоследовательность – последовательность» (U = 8,0*). Это означает, что отцы с традиционным феминным гендерным стереотипом относительно женщин менее склонны сотрудничать с дочками, менее тревожны, однако, более последовательны в вопросах воспитания девочки, чем отцы с андрогинным женским гендерным стереотипом.

Выявленные значимые различия у матерей с андрогинным и феминным гендерным стереотипом относительно женщин, воспитывающих девочек, по таким параметрам, как «Нетребовательность – требовательность» (U = 5,0*), «Автономность – контроль» (U = 3,0*) и «Тревожность за ребенка» (U = 4,0*) показывают, что матери с традиционным феминным гендерным стереотипом относительно женщин менее требовательны к своим дочерям, меньше тревожатся за них и допускают меньше самостоятельности в поведении дочерей, чем матери, имеющие андрогинный женский гендерный стереотип.

Значимых различий в параметрах взаимодействия с сыновьями у отцов и матерей с андрогинным и маскулинным гендерным стереотипом относительно мужчин выявлено не было. Можно предположить, что в воспитании мальчиков родители больше ориентируются на существующие в обществе гендерные стереотипы относительно качеств личности и поведения мужчин, чем на свои собственные.

Таким образом, полученные нами данные свидетельствуют о том, что не смотря на то, что большинство родителей дошкольников имеют андрогинные гендерные стереотипы как в отношении мужчин, так и в отношении женщин, свое влияние они оказывают только на особенности взаимодействия с девочками.

Так андрогинизация женского гендерного стереотипа приводит к увеличению сотрудничества, повышению тревожности за дочерей и уменьшению последовательности в вопросах воспитания девочек у отцов. У матерей девочек андрогинизация женского гендерного стереотипа также повышает тревожность, однако уменьшает требовательность и увеличивает дозволенную долю самостоятельности в поведении девочек.

Можно предположить, что гендерные стереотипы в отношении

мужчин менее подвержены трансформации в обществе, они более жестко детерминируют поведение и личностные качества мужчин, чем гендерные стереотипы в отношении женщин.

Использованные источники:

1. Айвазова, С.Г. Основы методики распознавания и оценки дискриминации женщин на рынке труда / С.Г. Айвазова. – Издание второе, дополненное и переработанное. – М.: Эслан, 2007. – 112 с.
2. Божович, Л.И. Личность и её формирование в детском возрасте / Л.И. Божович. – СПб.: Питер, 2008. – 400 с.
3. Здравомыслова-Стоюнина, О.М. Общество сквозь призму гендерных представлений / О.М. Здравомыслова-Стоютина // Женщина, гендер, культура. – М., 1999.
4. Клецина, И.С. Гендерная социализация: Учебное пособие / И.С. Клецина. - СПб.: Издательство РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. – 92 с.
5. Клецина, И.С. Психология гендерных отношений. Теория и практика / И.С. Клецина. – СПб: Алетейя, 2004. – 403 с.
6. Кон, И.С. Мужчина в меняющемся мире / И.С. Кон. – М.: Время, 2009. – 496 с.
7. Марковская, И.М. Опросник для изучения взаимодействия родителей с детьми / И.М. Марковская // Журнал практического психолога. –1998. – №3.
8. Мухина, В.С. Психология дошкольника / В.С. Мухина. – М: Гардарики, 2000 – 239 с.
9. Попова, Л.В. Гендерные аспекты самореализации личности. Учебное пособие к спецсеминару / Л.В. Попова. // – М. : Изд-во «Промерей», 1996. – 42 с.
10. Практикум по гендерной психологии // под ред. И.С. Клециной. – СПб: Питер, 2003. – 480 с.
11. Реан, А.А. Психология детства. Учебник / под ред. А.А. Реана. – СПб.: «Прайм-ЕВРО-ЗНАК», 2003. – 368 с.
12. Римашевская, Н.М. *Гендерные стереотипы в меняющемся обществе: опыт комплексного социологического исследования* / Н.М. Римашевская. – М.: ИЭП РАН, 2009. – 416 с.
13. Штылева, Л.В. Фактор пола в образовании: гендерный подход и анализ / Л.В. Штылева. – М. : ПЕР СЭ, 2008. – 316с.

Слинькова Т.В., к.псих.н.
доцент
кафедра психологии образования
Журов А.А.
студент
Дальневосточный федеральный университет
Россия, г. Уссурийск

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ЗАСТЕНЧИВОСТИ И СТРАТЕГИЙ СОВЛАДАНИЯ В РАННЕМ ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Аннотация. В статье представлены результаты исследования взаимосвязи застенчивости и стратегий совладания с трудными ситуациями у школьников раннего юношеского возраста. Показаны различия в значимости определенных копинг-стратегий в группах застенчивых юношей и девушек.

Ключевые слова: застенчивость, копинг, копинг-стратегии, совладающее поведение, ранний юношеский возраст.

В современном российском обществе, отличающемся высоким ритмом жизни, обилием разнообразной информации, необходимостью устанавливать взаимодействие с большим количеством людей все чаще акцентируется внимание на необходимость формирования у подрастающего поколения коммуникативных умений, способности действовать самостоятельно, активно, целеустремленно. Однако, такая личностная особенность как застенчивость, может затруднять адаптацию юношей и девушек в современном обществе, требующем быть мобильными, коммуникативно успешными, социально смелыми. Наличие застенчивости и связанные с ней трудности общения являются объективным препятствием для установления полноценных личностных контактов, снижают успешность общения, что, в свою очередь, затрудняет деятельность и жизнедеятельность человека в целом.

В.Н.Куницына [9] отмечает, что именно застенчивость является наиболее частой трудностью общения в юношеском возрасте, проявляющейся в неудовлетворительной саморегуляции, недостатке легкости, спонтанности и раскованности, нарушении эмоциональных, волевых, мыслительных процессов.

Несмотря на значимость проблемы застенчивости, ее изучение в отечественной науке носит фрагментарный характер. Можно выделить отдельные работы И.С. Кона, А.Б. Добровича, В.Н. Куниciной. В зарубежной психологии проблему застенчивости достаточно подробно изучил Ф. Зембардо.

В.Н.Куницина рассматривает застенчивость, как «свойство личности, которое возникает у человека постоянно испытывающего трудности в определенных ситуациях межличностного неформального общения» [9, с. 352]. Автор отмечает, что застенчивость часто актуализируется в период

активного усвоения социального опыта, новых социальных ролей, повышения субъективной значимости общения с представителями противоположного пола, что характерно в раннем юношеском возрасте.

Возникнув в юношеском возрасте, как вариант кратковременных затруднений в общении (возрастная застенчивость), застенчивость может приобрести форму постоянной личностной черты, которая может сохраниться на протяжении всей жизни, нарушая эффективность коммуникаций и затрудняя доверительное общение. Таким образом, минимизация этой черты личности становится одной из важных задач, решение которой способствует повышению социальной успешности молодого человека, как в данный момент времени, так и в будущем.

Успешность преодоления застенчивости, в том числе и в юношеском возрасте, в значительной мере обеспечивается сформированностью у человека эффективных стратегий совладающего поведения с трудными ситуациями, гибкого их использования адекватно требованиям условий различных жизненных ситуаций.

Совладающие формы поведения, направленные на преодоление трудной (кризисной) жизненной ситуации получили название копинг-стратегий. Под копингом Р. Лазарус и С. Фолкман понимают постоянные когнитивные и поведенческие усилия, предпринимаемые индивидом для управления специфическими внешними и (или) внутренними требованиями, которые оцениваются им как подвергающие его определенному испытанию или превышающие его наличествующие ресурсы. Иными словами, совладание рассматривается ими как преодоление человеком некоторой угрозы его психологическому благополучию. В отечественной психологии «копинг», или «совладающее поведение», часто понимают как «индивидуальный способ взаимодействия личности с трудной, кризисной, стрессовой ситуацией» [1, с. 4].

Т.Л. Крюкова определяет совладающее поведение как «позволяющее субъекту с помощью осознанных действий способами, адекватными личностным особенностям и ситуации, справиться со стрессом или трудной жизненной ситуацией» [7, с.6]. В данном определении, автор подчеркивает сознательность копинг-поведения и его направленность на активное взаимодействие с ситуацией - изменение ситуации (поддающейся контролю) или приспособление к ней (если ситуация не поддается контролю). Если же субъект не владеет этим видом поведения, возможны неблагоприятные последствия для продуктивности, здоровья и благополучия человека.

Изучение стратегий совладания, которые применяют застенчивые юноши и девушки, способов, с помощью которых они пытаются преодолеть негативные последствия трудных ситуаций, связанных с общением, является основой для разработки технологий психологической поддержки юношества.

Таким образом, актуальность проблемы и ее недостаточная проработанность определили цель проведенного исследования: изучить

связь между застенчивостью и выраженностью стратегий совладания в раннем юношеском возрасте.

Гипотеза эмпирического исследования состоит в том, что существует взаимосвязь между застенчивостью и стратегиями совладания в раннем юношеском возрасте.

Сбор эмпирических данных проводился при помощи опросника по изучению застенчивости Н. Н. Обозова [10], методики «Индикатор копинг-стратегий» Д. Амирхана, адаптированной в Психоневрологическом научно-исследовательском институте им. В.М.Бехтерева [3] и копинг-теста Р. Лазаруса, в адаптации Т.Л. Крюковой, Е.В. Куфтяк [6].

Для обработки результатов эмпирического исследования использовался U- критерий Манна-Уитни и коэффициент ранговой корреляции Спирмена (rs). Математическая обработка проводилась с использованием программы статистической обработки SPSS 17.

Эмпирическую базу исследования составили учащиеся 10-11 классов МБОУ СОШ № 6 г. Уссурийска Приморского края в количестве 90 человек (32 юноши и 58 девушек) в возрасте 15-17 лет.

В отечественных исследованиях было доказано, что существуют гендерные различия в проявлении стратегий совладания [5, 7, 11]. поэтому, прежде чем перейти к изучению связи застенчивости и копинг-стратегий, мы сравнили степень развития изучаемых параметров в группах юношей и девушек. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Среднеарифметические показатели выраженности застенчивости и стратегий совладания у девушек и юношей

Сравниваемые параметры	Застенчивость по методике Н.Н.Обозова	Копинг-стратегии										
		Методика Д. Амирхана			Методика Р. Лазаруса							
		Разрешение проблем	Поиск социальной поддержки	Избегание проблем	Конфронтация	Дистанцирование	Самоконтроль	Поиск социальной поддержки	Принятие ответственности	Бегство-избегание	Планирование решения проблемы	Позитивная переоценка
Юноши	30,0	**22,2**	19,9	20,3	**9,8**	10,0	11,7	9,4	7,4	13,5	10,3	11,8
Девушки	31,7	**24,9**	21,4	20,0	**8,5**	9,3	11,3	9,5	7,5	11,6	11,3	12,0
U-кр	452	**297***	383	422	**325***	417	435	436	444	345	359	458
p	0,909	**0,019**	0,270	0,586	**0,05**	0,537	0,714	0,725	0,818	0,100	0,145	0,971

Примечание: * - различия достоверны при ρ≤0,05.

Из таблицы 1 видно, что различий в степени застенчивости юношей и девушек не наблюдается, что подтвержает данные В.Н. Куниционой об отсутствии половых различий в степени застенчивости.

Анализируя полученные результаты, можно также увидеть, что достоверные различия между девушками и юношами существуют лишь в предпочтении стратегий «разрешение проблемы» и «конфронтация». Таким образом, удалось установить, что, в отличие от юношей, девушки чаще прибегают к стратегии разрешения проблем, которая предполагает использование всех имеющихся личностных ресурсов для поиска возможных способов эффективного разрешения проблемы.

Также удалось установить, что для юношей характерно более частое обращение к стратегии конфронтации, то есть они пытаются решать проблему за счет не всегда целенаправленной поведенческой активности, агрессии и пр. Это согласуется с выводами, полученными в исследованиях Т. Л. Крюковой [7], которая отмечает большую потребность юношей в физической или вербальной агрессии с целью разрядки эмоционального напряжения.

Выявленные различия показали неоднородность выборки, поэтому дальнейшее исследование мы проводили с учетом половой принадлежности испытуемых. Результаты исследования связи застенчивости и стратегий совладания в группах юношей и девушек приведены в таблице 2.

Таблица 2 - Связь застенчивости и стратегий совладания в группах юношей и девушек

Стратегии совладания		Показатели связи с застенчивостью			
		в группе юношей		в группе девушек	
Методики	Шкалы	rs	p	rs	p
Индикатор копинг-стратегий Д. Амирхана	Разрешение проблем	-,170	,437	-,256	,111
	Поиск социальной поддержки	,236	,278	-,079	,627
	Избегание проблем	**,453***	**,030**	,292	,067
Копинг-тест Р. Лазаруса	Конфронтация	,369	,083	,081	,619
	Дистанцирование	,104	,636	,204	,206
	Самоконтроль	-,061	,782	**,349***	**,027**
	Поиск социальной поддержки	**,477***	**,021**	-,031	,850
	Принятие ответственности	-,260	,230	**,435****	**,005**
	Бегство-избегание	,164	,455	,294	,066
	Планирование решения проблемы	-,291	,178	-,215	,183
	Позитивная переоценка	-,006	,979	,048	,769

Примечание: * - уровень значимости - ρ≤0,05; ** - уровень значимости - ρ≤0,01.

По данным таблицы 2 видно, что уровень застенчивости у юношей связан с такими стратегиями совладания, как «избегание проблемы» и «поиск социальной поддержки». Таким образом, для застенчивых юношей характерно в трудных ситуациях уклоняться от решения возникшей

проблемы, путем полного отрицания либо игнорирования ее наличия, уклоняясь от ответственности и действий по разрешению возникших трудностей, проявляя при этом пассивность, погружение в фантазии, переедание, употребление алкоголя и т. п. Также, для застенчивых юношей вероятно обращение за советами и рекомендациями к друзьям, родителям и знакомым, владеющим с точки зрения респондента необходимыми знаниями, с целью получения эмоциональной поддержки, стремлении быть выслушанным, разделить свои переживания с понимающим и сочувствующим человеком.

В группе девушек застенчивость связана с такими стратегиями совладания как «самоконтроль» и «принятие ответственности», то есть чем более застенчива испытуемая, тем вероятнее у нее будут выражены тенденции к сдерживанию личных побуждений и подавлению потребностей, стремление скрывать личные переживания от окружающих, чрезмерная требовательность к себе. Также, для застенчивых девушек характерно в трудных ситуациях признавать свою роль в возникновении проблемы, искать истоки имеющихся трудностей в личных недостатках и ошибках, что может приводить к неоправданной самокритике, переживанию чувства вины и хронической неудовлетворенности собой, что повышает риск развития депрессивных состояний.

Таким образом, проведенное исследование взаимосвязи застенчивости и стратегий совладания в трудных ситуациях позволяет сделать следующие выводы:

- первоначальная гипотеза о том, что существует связь между застенчивостью и стратегиями совладания, подтвердилась, причем характер данной связи определяется половыми различиями;

- застенчивые юноши, используют при совладании с трудными ситуациями, как эффективные (поиск социальной поддержки) так и неэффективные (избегание проблем) стратегии совладания. При этом избегание проблем, стремление уклониться от их решения может препятствовать преодолению негативных последствий трудных ситуаций, затрудняет возможность справиться с проблемами, в том числе и коммуникативными. Полученные данные об использования застенчивыми юношами стратегии поиска социальной поддержки, могут показаться алогичными, ведь застенчивость как раз мешает установлению полноценных личностных контактов, затрудняет процесс общения. Однако, данное явление может быть связано с наличием у юношей именно возрастной застенчивости, которая в большей степени проявляется в наличии трудностей общения с определенными категориями людей, а именно со сверстниками противоположного пола и чужими взрослыми [4]. Вероятно, застенчивые юноши в трудных ситуациях, ищут эмоциональную поддержку и обращаются за советами, к тем категориям людей, с которыми они чувствуют себя уверенно – к сверстникам своего пола, родителям и другим знакомым значимым взрослым. Использование данной стратегии, на наш

взгляд является позитивным фактом, который может способствовать преодолению юношами возможных затруднений и успешному научению справляться с временными трудностями.

- застенчивые девушки, чаще используют на первый взгляд эффективные стратегии преодоления трудностей – самоконтроль и принятие ответственности, однако, при детальном рассмотрении можно заметить, что данные стратегии могут поддерживать и усугублять признаки застенчивости, так как их использование сопровождается подавлением потребностей, стремлением скрывать личные переживания от окружающих, неоправданной самокритикой, переживанием чувства вины и хронической неудовлетворенностью собой, что повышает риск развития депрессивных состояний и может способствовать перерастанию застенчивости в устойчивое свойство личности.

В заключение хочется отметить, что задачей педагогов и психологов, в работе с застенчивыми школьниками раннего юношеского возраста является необходимость обучения застенчивых юношей и, особенно, девушек активным позитивным стратегиям совладания с трудностями, работа на повышение их самооценки и уверенности в себе.

Использованные источники:

1. Анцыферова, Л. И. Личность в трудных жизненных условиях: переосмысливание, преобразование жизненных ситуаций и психологическая защита / Л. И. Анцыферова // Психологический журнал. - 1994. - Т.15. - № 1.- С. 3 -18.
2. Зимбардо, Ф. Застенчивость / Ф. Зимбардо.- Пер. с англ. – М.: педагогика, 1991. – 208 с.
3. Ильин, Е. П. Психология индивидуальных различий / Е.П. Ильин. - СПб.: Питер, 2004. - 701 с.
4. Ильин, Е.П. Эмоции и чувства / Е.П. Ильин. - СПб: Питер, 2001. - 752 с.
5. Исаева, Е.Р. Копинг-поведение: анализ возрастных и гендерных различий на примере российской популяции / Е.Р. Исаева // Вестник ТГПУ. - Раздел «Психология».- Вып. № 11 (89) 009. – Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. – С. 144-147.
6. Крюкова, Т. Л. Опросник способов совладания (адаптация методики WCQ) / Т. Л. Крюкова, Е. В. Куфтяк // Журнал практического психолога. – 2007. – № 3. - С. 93-112.
7. Крюкова, Т.Л. Возрастные и кросскультурные различия в стратегиях совладающего поведения / Т.Л. Крюкова // Психологический журнал. – 2005. – Т. 26, № 2. – С. 5-15.
8. Крюкова, Т.Л. Методы изучения совладающего поведения: три копинг – шкалы / Т.Л. Крюкова. - Кострома: Авантитул, 2007. - 60 с.
9. Куницына, В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницина, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
10.Обозов, Н. Н. Психология менеджмента / Н. Н. Обозов. – СПб.: Питер Пресс, 1997. – 153 с.

11.Точилина, Т.В. Гендерные особенности совладающего поведения у младших подростков / Т.В. Точилина // Психология совладающего поведения: материалы междунар. науч.-практ. конф. /отв. ред. Е.А.Сергиенко, Т. Л. Крюкова. – Кострома: КгУ им. Н.А. Некрасова, 2007. – С.156-158.

Суворова Л.Г., к.фил.н.
доцент
кафедра философии
Тюменский государственный университет
Россия, г. Тюмень

МУЖСКОЕ И ЖЕНСКОЕ: ОБЪЕКТИВНАЯ КУЛЬТУРА И АКТЕРСКАЯ ИГРА

В статье рассматривается концепция объективной культуры Г. Зиммеля через дихотомию «мужское» – «женское». Значительное внимание уделяется специфике женской деятельности и актерской игры, выявляются их общие тенденции. Актерское мастерство предстает в виде единства личности и ее действия, единства объективного и субъективного.

The article discusses the concept of G Simmel's, objective culture. through the dichotomy «male» – «female». The considerable attention is paid to the specifics of women's activity and acting, their common trends are revealed. Acting appears as the unity of personality and its operation, the unity of objective and subjective.

Ключевые слова: объективная культура, мужское, женское, актерское искусство.

Keywords: objective culture, male, female, performing arts.

Затянувшийся антропологический кризис, выявляющий все новые и новые внешние и внутренние проблемы, в первую очередь актуализирует проблему мужского и женского не столько в сфере экономики, права и политики, сколько в сфере культуры. Эта тема нашла свое яркое выражение в целом ряде работ немецкого философа и социолога Г. Зиммеля.

Когда Г. Зиммель говорит об объективной культуре, он подчеркивает ее заданность мужчиной, ее мускульный характер, утверждая, что культура человечества не беспола, она за небольшим исключением сугубо мужская культура. Наше предположение о существовании «человеческой» культуры, культуры бесполой есть результат отождествления понятий «человек» и «мужчина», которые во многих языках означаются одним словом, а субъективная культура – это выражение объективной культуры в «восприятии субъектов не как ее цель и смысл, а как в сущности иррелевантное частное дело этих субъектов»1. Овеществление и специализация культуры составляют ее существенные черты.

Мужчина способен дифференцировать специализированную

[1] Зиммель Г., Избранное. Том 2. Созерцание жизни – М.: Юрист, 1996. – С.237.

деятельность от субъективной жизни, поставленную задачу от личного существования. Мужчина не позволяет специализированной деятельности затрагивать свое личное бытие, путем перевода этой деятельности в сферу объективного, но этого не может сделать женщина в силу своей более цельной натуры, более тесной связи периферии с центром. Мужчина оказывается способным «делать периферию независимой от центра», разделять интересы и занятия, наделять их самостоятельностью и дробить свою деятельность на множество специализированных, объективированных частей. Слитность, цельность женщины не позволяет субъективному центру существовать отдельно от объективных вещей. Все ее жизненные содержания свидетельствуют о неразрывной связи субъективного центра и объективных вещей, созданных природой мужчины. Рассматривать с этих позиций женщину как менее слабую, означает, положить в основу суждения мужскую идею ценности. Г. Зиммель предлагает придать существованию женщин принципиально иную основу и рассматривать мужчину и женщину, как две «жизненные тотальности» каждая из которых автономна. Деятельность женщины в сфере культуры, мужской по своей сути, сталкивается с большим количеством препятствий. Легче женщине там, где необходимо спонтанное творение, активность, исходящая из субъективного центра. Одна из сфер, в которой женщина может наилучшим образом реализовать себя, сфера воспроизводящих видов искусства, например, актерская игра. Это не единственная сфера, о которой говорит Г. Зиммель, но она входит в круг наших интересов.

Именно в актерском искусстве раскрывается специфика женской деятельности. У женщины я и его действия, центр личности и периферия тесно связаны, и она легко переводит внутренние душевные переживания в физические. Не существует другого искусства, в котором так тесно были бы связаны личность и ее действия. Следует отметить, что в актерском искусства не существует временного интервала разделяющего процесс и результат действия, более того, субъективная и объективная сторона совпадают в каком-то моменте жизни и личность полностью входит в театральное действие.

Женщина не может создавать объективную культуру, поскольку она не ведет «свои действия к продолжающему существовать по ту сторону деятельности объективному»2.

В актерском искусстве внутреннее и внешнее, творческий импульс и его проявления не могут быть разъединены, результат не может быть объективирован по отношению к деятельности, кроме того, неразделенность субъективного и объективного, усиливается неразделенностью внутренней жизни, несущей в себе видимость и слышимость, временными и пространственными координатами. Любое драматическое произведение – это последовательность событий диктуемых внутренней логикой развития.

[2] Зиммель Г., Избранное. Том 2. Созерцание жизни – М.: Юрист, 1996. – С.252.

Актерское искусство делает эти события видимыми, ощутимыми и само составляет произведение искусства, подчиненное в свою очередь собственным канонам и ценностям.

Использованные источники:

1. Зиммель Г., Женская культура/ Избранное. Том 2. Созерцание жизни – М.: Юрист, 1996. 607 с.

Ткаченко М.Е., к.п.н.
доцент
кафедра математического анализа ИФМИЭО
ФГБОУ ВПО «Новосибирский Государственный Педагогический Университет»

УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС В СИСТЕМЕ КОЛЛЕДЖ – ВУЗ ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

В статье рассматривается процесса обучения в системе колледж – вуз физико-математического профиля. Для этого в качестве исходных методологических подходов выделяются: системный, личностно-ориентированный и деятельностный подходы.

Ключевые слова: процесс обучения, методология, колледж-вуз

EDUCATIONAL PROCESS IN COLLEGE - UNIVERSITY PHYSICS-MATHEMATICS

The article deals with the process of learning in college - high school physics-mathematics . To do this, as starting methodological approaches stand out: the system , student-centered and activity approach .

Keywords : learning process , methodology, college-high school

Проанализируем специфику процесса обучения в системе колледж – вуз физико-математического профиля. Для этого в качестве исходных методологических подходов выделим: системный, личностно-ориентированный и деятельностный подходы.

«Системный подход основан на положении о том, что специфика сложного объекта не исчерпывается особенностями составляющих ее элементов, а связан, прежде всего, с характером взаимодействия между элементами. На первый план поэтому выдвигается задача познания характера и механизма этих связей и отношений» [1, с.44]. Таким образом, системный подход позволяет раскрыть сущность педагогического процесса, а также выявить необходимые условия становления педагогического процесса как целостного за счет: определения структурных компонентов, установления ведущей взаимосвязи между ними, установления закономерностей и тенденций развития, выявления роли данной системы среди других систем и т.п. [2]. Рассматривая педагогическую систему с вышеприведенных позиций, можно определить ее как взаимосвязь структурных и функциональных элементов, подчиненных целям

формирования в личности обучающегося готовности к самостоятельному, ответственному и продуктивному решению задач в последующей системе. А в качестве главного критерия оценки педагогической системы можно выделить показатели вхождения выпускника данной педагогической системы в последующую [3, 9].

В каждой педагогической системе протекает характерный для данной системы педагогический процесс, который является «динамической педагогической системой» [2, с. 165]. Рассматривая педагогический процесс как систему, многие авторы (В.А. Сластенин, М.И. Рожков, Ю.К. Бабанский, С.Л. Вигман и др.) в качестве основных элементов выделяют: учебный процесс и процесс воспитания, процессы формирования и развития.

Рассмотрим учебный процесс, как подсистему педагогического процесса. Учебный процесс традиционно рассматривается как процесс, включающий в себя два вида деятельности: преподавание (деятельность обучающего) и учение (деятельность обучающихся) (Вигман С.Л., Талызина Н.Ф., Кривошенко Л.П.). Каждый компонент учебного процесса должен учитывать специфику как деятельности обучающегося, так и деятельности обучающего.

Под учебным процессом будем понимать взаимодействие педагога и учащегося, направленное на усвоение обучающимися научных знаний и способов деятельности, формирование в личности обучающегося готовности к дальнейшему развитию и саморазвитию, приобщение его к культуре.

Далее рассмотрим структуру процесса обучения математическому анализу в системе колледж-вуз физико-математического профиля (ВКИ НГУ – НГУ и (или) НГПУ). Учебный процесс в такой системе, с одной стороны, должен задаваться общетеоретическим подходом к построению обучения, а с другой - спецификой этих учебных заведений. Так, например, особенности управления учебной деятельностью связаны с необходимостью формирования у учащихся данной системы специфических математических способностей, развития творческого потенциала и рефлексии обучающихся.

Существуют различные подходы к определению структуры учебного процесса. Один из таких подходов соотносит звенья учебного процесса с этапами научного познания, выделяя следующие компоненты: подготовка к восприятию знаний, освоение новых знаний, закрепление знаний и выработка на их основе умений и навыков, контроль за качеством усвоения содержания образования (М. А. Данилов, Б.П. Есипов, Н.А. Сорокин, Ю.К. Бабанский, М.И. Махмутов и др.) [4]. Другой подход (П.И. Пидкасистый и др.) характеризует процесс обучения как управляемую систему, выделяя в структуре учебного процесса следующие компоненты: содержательный, процессуальный (методы, приемы и средства), мотивационный (мотивация к учебной деятельности). Такая концепция помогает глубже понять сущность учения и продуктивнее организовывать его. Мы будем придерживаться этой концепции, поэтому в качестве составляющих процесса обучения в приведенном исследовании рассмотрим следующее: цели, содержание,

формы, средства, методы, субъекты обучения.

Выступая системообразующим фактором, цели обучения связаны с целевыми ориентациями государственной политики в области образования, где одной из главных целей обучения студента колледжа или вуза выделяются не только освоение им определенного уровня знаний, умений и навыков, но и формирование личностных характеристик студента как будущего квалифицированного специалиста. Последнее предполагает развитие у студентов системы колледж-вуз соответствующих способностей (математических, научно-исследовательских и (или) педагогических) и творческого потенциала. Это положение обусловило личностно-ориентированный методологический подход к исследованию.

Такой подход к процессу обучения предполагает его дифференциацию (профильную и уровневую) и индивидуализацию. Выделяют три основных подхода к определению понятия дифференциации обучения: психологический, педагогический и методический. Под дифференциацией обучения будем понимать создание необходимых психолого-педагогических условий, индивидуализированных в соответствии с особенностями учащихся для развития их математических способностей и творческого потенциала. Для реализации дифференциации обучения в рассматриваемой системе колледж-вуз необходимо разработать: систему заданий, направленную на развитие математических способностей; модель деятельности учащихся, центральным звеном которой является – активизация творческого потенциала.

Целевые ориентации находят свое отражение в содержании образования, которое в целом имеет своей задачей (как и воспитание) развитие личности посредством передачи накопленного социального опыта, т.е. способов деятельности по его использованию [5]. Таким образом, в качестве следующего методического подхода был выбран деятельностный подход. Такой подход предполагает обоснование совокупности способов действий в деятельности, приводящих к раскрытию содержания учебного материала и полноценному усвоению необходимых знаний [1]. Усвоение же знаний приводит к закреплению определенных действий и овладению новыми. Таким образом, знания не просто передаются в готовом виде, а добываются учащимися в процессе активной учебной деятельности. Деятельностный подход к процессу обучения базируется на теории деятельности, основоположником которой является А.Н. Леонтьев. С позиции деятельностного подхода процесс обучения рассматривается как особая деятельность, субъектом которой является педагог, а объектом – учащийся (последний является субъектом учебной деятельности).

Процесс обучения – это процесс двусторонней активности. Эти виды деятельности осуществляются разнообразными способами, определяемые средствами и условиями, при которых осуществляется та или иная деятельность. Эти способы деятельности и есть методы процесса обучения. Какие-либо изменения в процессе обучения (реформирование учебных

учреждений, содержания образования и т.п.) влекут изменение в способах деятельности обучающих и обучающихся. Поэтому методы обучения, являясь способами совместной деятельности педагога и учащегося, направлены на достижение образовательных целей.

На сегодняшний день существует несколько подходов к определению понятия «методы обучения» (М.А. Данилов, Б.П. Есипов, Ю.К. Бабанский, И.Ф. Харламов и др.). Однако общим в этих подходах является то, что методы обучения рассматриваются как способы совместной работы педагога и учащихся по организации учебной деятельности. Поэтому методы обучения можно определить как – способы передачи знаний учащимся в готовом виде, и как способы совместной деятельности учителя и учащихся при познании сути отдельных явлений, и как способы организации самостоятельной, практической и познавательной деятельности учащихся и, одновременно, как способы стимулирования этой деятельности. Таким образом, понятие метода обучения отражает единство и специфику обучающей работы педагога и учебной деятельности учащихся по достижению целей обучения. Итак, методы обучения – методы преподавания и методы учения. Методы учения – это разработанная с учетом дидактических принципов и закономерностей система приемов и соответствующих им правил учения, целенаправленное применение которых существенно повышает эффективность самоуправления личности ученика в различных видах деятельности и общения в процессе решения определенного типа учебных задач» [2, с.270].

Методические приемы – фрагмент деятельности, состоящий из системы наиболее рациональных действий. Метод включает в себя совокупность приемов, но сам не является их простым объединением.

Организованное обучение, осуществляемое в рамках какой-либо педагогической системы, имеет определенное организованное оформление (внешнее выражение согласованной деятельности учителя и учащихся, осуществляемое в определенном порядке). В дидактике выделяют три основные системы организованного оформления: индивидуальное обучение и воспитание; классно-урочная система; лекционно-семинарская система. Лекционно-семинарская система используется в практике профессиональной подготовки (то есть, когда сформированы общеучебные навыки и умения самостоятельно добывать знания). В рассматриваемом в данном исследовании комплексе используется лекционно-семинарская система, не только обеспечивающая преемственность процессов обучения со стороны внешних организационных форм, но и позволяющая органично сочетать массовые, групповые и индивидуальные формы обучения.

Методы обучения применяются в единстве со средствами обучения. Средства обучения – источник получения знаний, формирования умений. На сегодняшний день нет строгой классификации средств обучения, под ними чаще всего понимаются учебные и наглядные пособия, технические средства и др. Эти средства становятся ценным элементом процесса обучения, если

используются в комплексе с остальными компонентами учебного процесса.

Использованные источники:

1. Загвязинский В.И. Теория обучения: Современная интерпретация./ Учебное пособие. – М.: Изд-кий центр «Академия», 2001. – 192 с.
2. Сластенин В.А., Исаев И.Ф., Шиянов Е.Н. Педагогика. – М.: АКАДЕМА, 2003. - 567 с.
3. Гулюкина Н.А. Система адаптивного обучения (самостоятельная работа студентов): конспект лекций для слушателей факультативов повышения квалификации. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2001. - 76 с.

Томилова Т.И., к.фил.н.
доцент
кафедра русского языка, литературы и методики преподавания
Школа педагогики
Дальневосточный федеральный университет
Россия, г. Уссурийск

РОЛЬ SMS – СООБЩЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности SMS как нового способа общения, характеризуются функции SMS-сообщений, сферы распространения, факторы популярности и определяется роль SMS-сообщений в современной коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация, новые виды, особенности SMS, текстинг, функции SMS.

Abstract: In article features of the SMS as new way of communication are considered, functions of SMS, spheres of distribution, factors of popularity are characterized and the role of SMS messages in modern communication is defined.

Keywords: communication, new types, features of the SMS, texting, SMS functions.

С развитием прогресса в современном обществе на смену традиционным способам общения приходят новые виды коммуникации с помощью различных технических средств. Такими видами в настоящее время являются общение в сети Интернет, в чатах, в системе ICQ, а также SMS-общение.

Слово SMS – это английская аббревиатура от словосочетания Short Message Service (*служба коротких посланий, сообщений*). Исходное значение этого слова – «служба, позволяющая посылать и принимать текстовые сообщения с использованием мобильного телефона». В настоящий момент слово SMS имеет значение «короткое текстовое сообщение, переданное по мобильному телефону», а также «способ коммуникации».

Основателем SMS-технологии явился Нейл Папуорт (Neil Papworth),

инженер британской компании Vodafone. В декабре 1992 года он отправил на мобильный телефон своим коллегам короткое сообщение «Merry Christmas!» В тот момент мало кто мог представить себе, какой переворот эта технология совершит в коммуникации. Тогда на это открытие не обратили должного внимания. Операторы сотовой связи не вкладывали деньги в рекламу этого сервиса. На дальнейшую судьбу нового сервиса повлияло то, что сначала он предоставлялся пользователям бесплатно, и этим воспользовались молодые люди, которые увидели в этой услуге возможность сэкономить и новый способ самовыражения. Сервис SMS приобрел небывалую популярность, вследствие чего он стал платным, но это уже не смогло снизить активность использования SMS. С 2000 года стало возможно обмениваться SMS пользователям разных сетей. Это способствовало проникновению SMS в широкие массы.

В настоящее время в мире ежедневно отправляются миллиарды текстовых сообщений на самых разных языках. Если сначала способ SMS-общения носил сугубо частный характер, то сейчас он широко используется в деловой и публичной сфере. С помощью SMS не только передают личную информацию, но и продают, покупают, рекламируют продукцию; голосуют на телевидении и в Интернете, заключают сделки, играют в лотерею и т.д. Появились услуги SMS-рассылки («мобильный банк», «мобильный маркетинг», реклама, извещение и оповещение клиентов) и SMS-голосование. Правда, одновременно возникают и такие негативные проявления в использовании новых технологий, как SMS-спам (навязчивая реклама) и СМИШИНГ (англ. SMiShing – от «SMS» и «фишинг» – это мошенничество с помощью SMS-рассылок).

Популярность использования SMS обусловлена такими факторами:

- простота передачи сообщений;
- передача сообщений дешевле, чем голосовой трафик;
- с помощью SMS легче передавать трудно воспринимаемую на слух информацию (имена, адреса, номера телефонов);
- SMS позволяет заменить нежелательный прямой разговор;
- уверенность отправителя в том, что сообщение обязательно найдет адресата, если он в данный момент недоступен;
- наличие времени у адресата на обдумывание ответа;
- возможность просто установить контакт, выразить эмоции, передать настроение.

О существовании SMS-общения как нового способа коммуникации говорит появление таких феноменов, как SMS-формат, SMS-мышление, SMS-жаргон, SMS-зависимость и др.

Данный способ коммуникации имеет специфические признаки. Общение через SMS является дистанционным и письменным по своей форме, оно нелинейно во времени, то есть сообщение можно исправлять и дописывать. SMS можно отправлять на любые расстояния, из любого места,

в любой момент времени. SMS-общения стало таким же необходимым способом коммуникации, как и телефонные звонки.

Содержание SMS-сообщений может быть самым разнообразным. Кроме текстов информативного характера, могут быть SMS-стихи, SMS-приколы, даже издаются сборники SMS для использования по различным поводам: SMS-поздравления, SMS-советы, SMS-валентинки, SMS-признания, SMS-анекдоты и др. [7].

SMS используют представители различного возраста и всех социальных групп. Наиболее популярен этот способ общения у подростков и молодежи. Это, в частности, подтверждают и результаты анкетирования, проведенного В.И. Земзеревой. Отвечая на вопрос «Какой современный способ общения со своими сверстниками, вы предпочитаете (беседа в компании, общение дома, на улице, с помощью ICQ, чатов, SMS-сообщений, по электронной почте)?», 78% школьников назвали SMS-сообщения [3, с. 11].

Для SMS-сообщений характерны такие функции, как:

- информативная;
- фатическая (контактоустанавливающая);
- волюнтативная;
- эмотивная.

Экстралингвистические условия SMS-общения обусловливают лингвистические особенности SMS-текстов. Поскольку SMS являются короткими сообщениями, пользователи стремятся к компрессии текста за счет сокращения и экономии средств разных языковых уровней. Это может быть графический способ сокращения, а также фонетический, морфологический, словообразовательный и синтаксический способы [4;6].

Отличительной чертой SMS является активное использование языковой игры.

Кроме того, в SMS-сообщениях для компенсации отсутствия невербальных средств используются особые значки. «При SMS-общении люди не имеют возможности сопровождать свои высказывания мимикой и жестами. Этот недостаток компенсируют *смайлики*. Смайлики (от англ. smile – улыбка) – это значки, создаваемые с помощью вспомогательных небуквенных символов клавиатуры. Они создают иллюзию одновременного говорения и действия, что, в свою очередь, создает эффект присутствия, хотя довольно далекий от реального общения» [1, с. 9]. Например: =)); ☺); :)) и др. Особенности интонации в SMS-сообщении передаются с помощью многоточия, вопросительного, восклицательного знаков и их сочетаний. Ср.: *Я в отпуске* !!!!!!

В западных странах наблюдается формирование особого языка SMS – так называемого *текстинга* (от англ. texting – написание текста; создание коротких сообщений; язык, которым пользуются при написании таких сообщений). Он представляет собой набор общепринятых сокращений,

позволяющий в минимуме символов передать максимум смысла. Например: *NRN (No Reply Necessary – можешь не отвечать), CM (Call Me – позвони мне)*. Текстинг отличается довольно свободным отношением к нормам орфографии и пунктуации.

Чтобы научить своих сограждан «текстить» правильно, в шотландском университете в г. Глазго даже были открыты первые в мире специальные курсы *текстинга*. Особый язык сообщений получил официальное признание как средство коммуникации и передачи информации. В SMS-формате пишут даже стихи, романы. Так, в Финляндии издан роман Ханну Люнтиала (Hannu Luntiala) «Последние сообщения» (The last messages) состоящий полностью и исключительно из коротких сообщений – SMS. В США создали специальный словарь актуальных SMS-сокращений. В последней версии Оксфордского толкового словаря английского языка добавлен новый раздел – SMS. В него включены слова, сокращения и условные обозначения, используемые при SMS-переписке.

Особенно активно текстинг использует молодежь. «Мы – поколение Txt», – так гласит известное SMS-послание, распространенное среди филиппинской молодежи. (Отсюда определения: *Generation-Txt*, большепальцевое племя).

В русском речевом обиходе пока еще нет оснований говорить о существовании особого SMS-языка. В русском языке SMS-сообщения неоднородны: они различаются в жанровом отношении, стилистически; а также с точки зрения соотношения диктумных/модусных смыслов. Здесь не наблюдается такой всеобъемлющей тенденции к компрессии, как в английском языке. На характер SMS-сообщений влияет возрастной и социальный статус пользователей. В деловой и публичной сфере SMS-сообщения пишутся, как правило, в соответствии с нормами русского литературного языка.

Ученые, учителя русского языка опасаются, что этот популярный способ общения усугубит недостаточную грамотность молодого поколения [5]. Поэтому современное электронное общение учащихся следует корректировать. На уроках русского языка необходимо обучение школьников новой форме общения – SMS [3]. Современную жизнь без этого способа коммуникации уже невозможно представить. SMS-общение играет важную роль в современном социуме еще и потому, что «обмен текстовыми посланиями выступает в качестве совместной деятельности, укрепляющей групповую идентичность» [2]. Число информационно-коммуникационных сервисов для передачи текстовых сообщений неуклонно растет, а популярность таких многофукциональных мессенджеров, как WhatsApp, трудно переоценить.

Использованные источники:

1. Абрамова А.А. Организация учебно-исследовательской работы по русскому языку // Газета «1 сентября». Русский язык. – 2006. –№ 21.
2. Бондаренко С.В. Особенности культуры текстовой мобильной

коммуникации [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ifap.ru/library/book176.pdf.
3. Земзерова В.И. Обучение школьников новой форме общения – SMS // Русский язык в школе. – 2008. – № 2.
4. Никитин С.А., Авдонина М.Ю. Приемы записи сообщения SMS: уподобление цифр буквам русского языка // Индоевропейское языкознание и классическая филология: X Материалы чтений, посвященных памяти профессора И.М.Тронского. – СПб., 2006.
5. Сидорова М.Ю. «Засоряют ли СМС-сообщения русский язык?», или «На зеркало неча пенять…» [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://marinadoma.narod.ru/inet/sms.html.
6. Шилоносов А.И. Графические особенности СМС-текста [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jornal.org/articles/2009/fill2/html.
7. Шимова А.О. Миллион SMS на все случаи жизни. – М.: РИПОЛ-классик, 2008. – 640 с.

Торгунакова Я.П.
студент 4го курса
Кривелева К.Ю.
студент 4го курса
Леонов Д.А.
студент 4го курса
Якунина Ю.С., к.э.н.
доцент
Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

РАЗВИТИЕ НАУКИ В КУЗГТУ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: Статья посвящена актуальной теме связанной с формированием научно-технического потенциала Кемеровской области за счет развития вузовской науки.

Ключевые слова: наука, КузГТУ, Кемеровская область, научно-технический потенциал.

Актуальность выбранной темы обусловлена широкомасштабным развитием сектора высшего образования в современной России, а также стратегической установкой российского руководства на увеличение доли вузовской науки в общем объеме научных исследований до 32%. В этой связи научно-исследовательская работа коллективов образовательных учреждений становится в настоящее время не менее важной, чем их образовательная деятельность.

В настоящее время возникает потребность в

высококвалифицированных специалистах, которые способны быть активными и подходить ответственно к своей работе. Такие кадры и готовит КузГТУ для Кузбасса.

КузГТУ – это первый университет в Кузбассе, который создает множество проектов, которые реализуются и становятся источниками формирования научно-технического потенциала региона. Для повышения эффективности добычи угля создают новые технологии и разработки, которые требуется на горнодобывающих предприятиях, которые с каждым годом увеличивают свое производство, и отрасль постоянно развивается. Так как за последнее время Кемеровская область стала флагманом угольной промышленности России и находится в числе наиболее динамично развивающихся областей России, то естественной становится нуждаемость в высокоспециализированных кадрах. Этим и занимается КузГТУ от подготовки кадров, исследований и разработок до производства наукоемкой продукции и ее сервисного обслуживания.

В настоящее время развитие горной промышленности, энергетики, машиностроения ставят перед нами новые задачи. На данный момент более актуальными задачами для КузГТУ являются подготовка квалифицированных специалистов по эксплуатации автомобильного и шахтного транспорта, а так же разработки приоритетных направлений, таких как современные информационно-коммуникационные технологии и интеллектуальные транспортные системы.

В КузГТУ создают все условия для молодых ученых и открывают новые лаборатории с уникальным оборудованием. В настоящее время «молодые умы» имеют возможность с такой поддержкой вуза строить карьеру и проявлять свои таланты науки, делая инновационные открытия, помогающие развитию Кузбасса.

Это позволит повысить научно-исследовательский и образовательный потенциал КузГТУ по таким направлениям, как безопасное и экологичное индустриальное развитие Кузбасса, а также развитие действующих и формирования новых компетенций в области промышленной и экологической безопасности. Энергосбережение входит в число приоритетных направлений развития науки в России. Энергосберегающие технологии с каждым днем становятся более актуальными и в этом задействованы ученные технического университета. Научный потенциал в энергосбережении накопленный ученными и студентами КузГТУ, поможет грамотно и эффективно экономить и сберегать энергию во всех областях экономики.

Передовые технологии, разработанные в КузГТУ, могут стать инструментом модернизации экономики Кузбасса. В 2014году в рамках реализации государственной программы «Энергосбережение и развитие энергетики» ученные вуза обучили около по модулям программы 334 представителя организаций ответственных за повышении энергетической эффективности Кузбасса. С учетом роста энергопотребления и ввода новых

мощностей существенную значимость приобретают научно-исследовательские работы КузГТУ в направлении развития малой энергетики, создания энергосберегающих систем транспортировки, распределения и потребления тепловой и электрической энергии в региональных распределительных сетях и промышленных предприятиях области, а также нормирование и прогнозирование электропотребления [1].

Таким образом, реализация задач социально-экономического развития региона предполагает активное участие КузГТУ, как в части обеспечения программы развития региона высококвалифицированными инженерными кадрами, так и в части проведения актуальных научных исследований, адаптации современных инновационных технологий. Конкурентное преимущество КузГТУ в том, что в вузе сосредоточен не только большой интеллектуальный потенциал, но и в том, что в университете действует около трех десятков научных центров, лабораторий, малых инновационных предприятий. КузГТУ готов к решению задач, которые стоят перед экономикой региона и страны.

Вклад КузГТУ в достижение устойчивого развития региона направлен на следующие аспекты:

− повышение общего уровня образованности населения, особенно в сферах связанных с информатизацией, сервисным обслуживанием, предпринимательской деятельностью за счет усиления номенклатуры направлений подготовки в соответствии с изменением структуры экономики региона;

− создание новых промышленных технологий путем развития научных направлений КузГТУ;

− формирование инновационного сектора экономики региона и создание на его базе новых рабочих мест за счет развития сети малых инновационных предприятий, определяющих появление новых для региона видов экономической деятельности;

− также фундаментальное развитие науки внутри вуза и повышение ее кадрового потенциала;

− рост эффективности исследований и разработок, качество образовательных программ.

Все это позволит создать благоприятные условия в КузГТУ для развития региональной экономики и будет способствовать росту ее конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Официальный сайт КузГТУ им. Т.Ф. Горбачева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kuzstu.ru/.

Фиапшева Н.М., к.э.н.
доцент
Тхакахова А.М.
магистрант
направление «Экономика»
ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М. Кокова»
Россия, г. Нальчик

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УЧЕТА ТЕКУЩИХ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ

Основным источником получения дохода организации является продажа товаров. Процесс продажи заключается как правило в физической поставке товара и переде права собственности на товар. Для оформления продажи товара используется счет-фактура. Данный документ включает детали сделки по продаже, в том числе количество единиц, цену за единицу, общую стоимость, способ поставки и т. д.

Счет-фактуру в розничной торговле оформляют в момент сделки, а в оптовой торговле документ готовится в бухгалтерии после получения извещения о высылке груза покупателю. После каждой сделки по продаже организация получает выручку, которая отражается на счете «Продаж». Продажа может быть произведена за наличные деньги или в кредит.

Доход от продаж готовой продукции и товаров отражается по кредиту счета «Продаж» и дебету счета «Расчеты с покупателями». Выручку получают либо сразу в кассу, либо на счет в банке или может остаться задолженность покупателей при продаже в кредит.

Организация, кроме выручки от реализации готовой продукции и товаров могут получать и другие виды доходов, а именно государственные дотации на производство отдельных видов продукции; скидки, предоставляемые поставщиками; платежи за сданное в аренду имущество; в результате финансовых вложений.

Расчеты предприятий с покупателями осуществляются с помощью чеков, векселей, путем перечисления денег на счет в банке или же наличными через кассу. При этом чеки и векселя подлежат обязательному учету на предприятии, характеризуя его дебиторскую задолженность (таблица 1).

Таблица 1 - Порядок отражения операций по продаже готовой продукции и товаров

№ п/п	Содержание хозяйственных операций	Сумма (д.е)	Корреспонденция счетов	
			Дебет	Кредит
1	Продажа товара в кредит	50000	Расчеты с покупателями	Продажи
2	Перечислены деньги покупателям на счет в банке	50000	Счет в банке	Расчеты с покупателями
3	В кассу поступили деньги от продажи товаров	6000	Касса	Продажи

4	Продажа товара при оплате чеком	40000	Расчеты с покупателями	Продажи
5	От покупателя поступил чек	40000	Чеки к получению	Расчеты с покупателями
6	На счет в банке получены деньги после оплаты чека	40000	Счет в банке	Чеки к получению
7	Продажа товара с оплатой векселем	35000	Расчеты с покупателями	Продажи
8	Вексель получен от покупателя	35000	Векселя к получению	Расчеты с покупателями
9	Вексель передан в банк для оплаты	35000	Счет в банке	Векселя к получению
10	Получена государственная дотация	10000	Счет в банке	Дотация на производство
11	Получена скидка от поставщика	5000	Счет в банке	Скидка поставщика
12	Отражена арендная плата за сданный в аренду объект	15000	Расчеты с арендаторами	Доходы по сданным в аренду объектам

Доходы от продажи отражается обычно в момент продажи. Доход получен, то есть продавец поставил товар по договору и обрел обязательство покупателя оплатить стоимость его. Данное обязательство называется дебиторской задолженностью продавца. Она продолжается не более 30-60 дней. Как правило, процент не взыскивается, если только это не штрафы и санкции за просрочку платежа. Следует отметить, что не все задолженности погашают вовремя, несмотря на то, в учете они показаны как доход организации. В этом случае возникает безнадежная задолженность и организация вырабатывает способы для погашения этой задолженности из своих доходов. Для этого существует два метода: метод поправок и метод прямого списания.

При первом методе безнадежную задолженность следует рассматривать как часть операционных расходов в отчетном периоде. Здесь производят корректировочную запись: дебет счета «Расходы на безнадежные долги» и кредит счета «Поправка на безнадежные долги». Счет «Поправка на безнадежные долги» - это контрсчет к счету «Расчеты с покупателями». Поправка дает возможность организации показать, что, не кредитуя счет «Расчеты с покупателями», определенная сумма может быть не взыскана с должника. При точно известной сумме безнадежной задолженности, ее можно было бы списать со счета «Расчеты с покупателями», но вследствие того, что точная сумма еще не известна, то списать ее нельзя. В случае признания долга какого-то покупателя окончательно безнадежным, делается запись: дебет счета «Поправка на безнадежные долги» и кредит счета «Расчеты с покупателями». Счет «Расходы на безнадежные долги» в конце года закрывается как все счета по учету текущих расходов предприятия.

Счет «Поправка на безнадежные долги» в конце отчетного периода не закрывается. Когда проходит нескольких лет сальдо этого счета укажет на сумму ошибок в оценке безнадежной задолженности, которую следует учитывать в дальнейшем.

Метод прямого списания предполагает списание безнадежных сумм задолженности непосредственно на счет «Расходы по безнадежным долгам».

Для того, чтобы не возникало ситуаций возникновения безнадежной задолженности организации зарубежных стран применяют различные формы расчетов, а также ведут систематический контроль за покупательской платежеспособностью и их финансовым состоянием.

Доходы и расходы организаций, полученные от основной деятельности по производству и продаже продукции, на протяжении отчетного периода отражают на отдельных счетах. По окончании отчетного периода данные счета закрывают, и результаты от основной деятельности отражают на счете «Прибыли и убытки».

Однако, стоит отметить, что в организациях происходят такие операции, суммы дохода или расхода которых сразу же отражаются на счете «Прибыли и убытки», то есть до момента исчисления общего финансового результата деятельности. Финансовый результат по таким операциям обычно не связан с производственной деятельностью организации за отчетный год. Например, таким доходами следует считать: зачисление на счет в банке денежных средств в погашение списанной ранее безнадежной дебиторской задолженности; поступление налогов за прошлые отчетные периоды по результатам перерасчета; зачисление неиспользованных сумм резерва и другие.

К расходам, прямо отражаемых на счете «Прибыли и убытки», приравнивают: взимание недоимки налогов за предшествующие отчетные периоды; отнесение на убытки сумм безнадежной дебиторской задолженности в случае отсутствия резерва, и другие.

Помимо перечисленных к операциям, непосредственно отражаемым на счете «Прибыли и убытки», относят также операции по реализации ценных бумаг, амортизируемого и неамортизируемого имущества. Одновременно выбытие амортизируемого имущества влияет на суммы начисленного по нему износа. Первоначальная стоимость выбывающего имущества будет возмещена за счет начисленной амортизации, выручкой от его продажи и, в случае недостатка суммы, за счет прибыли организации. В случае превышения выручки от реализации объекта его остаточной стоимости разница записывается на счет «Прибыли и убытки».

В заключении хочется отметить, что рассмотрение вопросов организации и ведения бухгалтерского учета в зарубежных учетных системах расширяет кругозор, дает возможность лучше работать, управлять и понимать мировой учет.

Чернецкая Е.В.
воспитатель
Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение
детский сад компенсирующего вида № 12 «Брусничка»
Россия, г. Усть-Илимск

ОРГАНИЗАЦИЯ КОРРЕКЦИОННО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ В УСЛОВИЯХ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

В статье рассматриваются вопросы организации оздоровительной работы с детьми с ограниченными возможностями здоровья как условие их успешной социализации, в том числе взаимодействие специалистов ДОУ с детьми и родителями (законными представителями).

Ключевые слова: физическое развитие, оздоровление, индивидуальное сопровождение, образовательный маршрут, ограниченные возможности здоровья.

Для полноценного физического развития детей с ограниченными возможностями здоровья и реализации потребности в движении в Муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении детский сад компенсирующего вида №12 «Брусничка» города Усть-Илимска созданы определенные условия:

– спортивный зал для физкультурных занятий, которые способствуют укреплению мышц туловища, рук, ног, а также развитию двигательной активности и координаций движений. Обеспечивает профилактику нарушений осанки, плоскостопия. Повышает эффективность общеизвестных упражнений и повседневных игр.

– физкультурные центры для реализации потребностей детей в движении. Мы разработали рекомендации по содержанию мини физкультурных центров в группах, в которых дети могут свободно могут пользоваться физкультурным оборудованием. Физкультурные центры должны стать основой их самостоятельной двигательной деятельности. Оборудование спортивных центров соответствует возрастным особенностям детей;

– бассейн, плавание в котором содействует всестороннему физическому развитию, стимулирует деятельность нервной системы. Занятия в бассейне имеют в большей степени оздоровительную направленность. Цель занятий в бассейне - обучение плаванию, закаливание и укрепление организма.

– зал лечебной физкультуры, занятия в котором проводит инструктор по лечебной физкультуре по назначению врача с учетом показаний и противопоказаний к этим занятиям, видам нарушений, степени тяжести течение основного заболевания, состоянием здоровья ребенка.

Занятия для детей с тяжелой патологий – индивидуальные и малогрупповые. Для детей с легкой формой – индивидуальные, подгрупповые, групповые. Эффективность и результативность лечебной физкультуры оценивается врачом-ортопедом.

В системе физкультурно-оздоровительной работы дошкольного учреждения прочное место занимают физкультурные праздники, спортивные игры, дни здоровья. Динамика двигательного содержания физкультурного праздника, проведение его на свежем воздухе создают у ребенка радостное настроение.

Прогулки-походы представляют собой один из важнейших организационных видов двигательной деятельности, в ходе которой решаются не только оздоровительные задачи, совершенствуются двигательные навыки и физические качества ребенка, повышается двигательная активность, укрепляется здоровье, но и воспитывается любовь и эстетическое отношение к природе [3].

Вся работа по физическому воспитанию детей строится с учетом их физической подготовленности и имеющихся отклонений в состоянии здоровья. Основой являются результаты медико-педагогической диагностики. В МБДОУ на каждого ребенка оформляется индивидуальная карта. Обработка данных позволила выделить три группы здоровья детей для осуществления дифференцированного подхода в процессе развития двигательных умений (группы эти непостоянны, т. к. по результатам функциональных проб дети могут быть переведены или в более сильную или в более слабую группу):

I группа - основная (которую составляют дети с нормальным уровнем физического развития и основных функций организма), с тренирующей психофизической нагрузкой;

II группа - подготовительная (дети, имеющие некоторые функциональные отклонения и часто болеющие), с умеренной нагрузкой;

III группа - риска с ограниченной физической и психической нагрузкой (эту группу составляют дети, имеющие хронические заболевания и дети после болезни);

IV группа – дети-инвалиды.

Данный подход позволяет планировать физкультурно-оздоровительную работу с учетом имеющихся отклонений в состоянии здоровья.

Развитие движения

Под руководством взрослых ежедневно проводятся мероприятия, способствующие активизации двигательной деятельности.

Утренняя гимнастика – это оздоровительный (дозированный) бег; дыхательная гимнастика и игры; упражнения на коррекцию осанки и стопы, народные подвижные игры; гимнастика в сюжетной форме с предметами и без них; гимнастика по интересам и игры по желанию детей.

Особое значение в воспитании здорового ребенка мы придаем

развитию движений и физической культуры детей на ***физкультурных занятиях.***

Форма организации занятий гибка и разнообразная (фронтальная, подгрупповая, индивидуальная). Физкультурные занятия сохраняют традиционную структуру, проводятся в сюжетной (игровой) форме и включают в себя такие элементы: массаж, самомассаж; дыхательные упражнения; упражнения на коррекцию осанки и стопы; веселый тренинг и элементы психогимнастики.

Это отражено в перспективном планировании, составленном на все возрастные группы. Однако занятия становятся эффективными только в том случае, если они не ущемляют индивидуальность ребенка, реализацию его склонностей, интересов, а также учитываются индивидуальные различия детей [3].

Лечебно-профилактическая работа

Обеспечить эффективную физкультурно-оздоровительную работу можно только при условии содружества медицины и педагогики. Лечебно-профилактическая работа в нашем детском саду строится на основе анализа заболеваемости в предыдущие годы, чтобы проследить степень эффективности принимаемых профилактических мер, диагностических данных состояния здоровья детей, уровня их физического развития, физической подготовленности.

Закаливание

Развитие движений в полной мере не обеспечивает укрепление здоровья. Поэтому особое внимание в режиме дня уделяется проведению закаливающих процедур. Закаливающие мероприятия содействуют созданию привычек здорового образа жизни. Мы разработали ***систему закаливания,*** предусматривающую разнообразные формы **и** методы, а так же изменения в связи со временем года, возрастом и индивидуальными особенностями здоровья детей [5].

Организация комплексного индивидуального сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) специалистами ДОУ

В дошкольном учреждении в системе простроена работа по индивидуальным маршрутам [1] сопровождения детей в течение года: физкультурно-оздоровительной работы, работы учителя-логопеда, психолога, музыкального руководителя, воспитателя по изодеятельности, инструктора по обучению плавания, педагогов групп дошкольного учреждения. В индивидуальных маршрутах просматривается работа специалистов, игровые и специальные упражнения по программе Л.С. Сековец «Комплексная физическая реабилитация детей с нарушением опорно-двигательного аппарата», рекомендации, индивидуальная работа [4]. Ведение индивидуальных маршрутов способствует планированию работы с детьми.

Индивидуальные маршруты развития детей включают в себя:

– согласие родителей (законных представителей);

– информационный листок, содержащий описание этапов работы с детьми: *Диагностический этап: психологическое сопровождение* (определение возможностей ребенка), *медицинское сопровождение* (оценка функциональных и адаптивных возможностей для определения оптимальных учебно-воспитательных нагрузок), *логопедическое сопровождение* (логопедическое обследование).

Аналитический этап: медицинское сопровождение (информация о здоровье детей постоянно анализируется, планируются профилактические и оздоровительные мероприятия по назначению врача), *психологическое сопровождение* (планируется психологическое сопровождение ребенка), *логопедическое сопровождение* (коррекционный план индивидуального сопровождения ребенка с ОВЗ по коммуникации в дошкольном учреждении), *педагогическое сопровождение* (планируется коррекционное индивидуальное сопровождение ребенка с ОВЗ по созданию условий в группе и содержанию работы), *музыкальное сопровождение* (планируется коррекционное индивидуальное сопровождение ребенка с ОВЗ по коррекции ориентировки в пространстве на музыкальных занятиях и музыкальной деятельности), *физическое сопровождение* (определяется план коррекционного индивидуального сопровождения ребенка с ОВЗ с учетом четкого выполнения назначений врача на физкультурных занятиях, досугах, праздниках), *художественно-эстетическое сопровождение* (определяется план коррекционного индивидуального сопровождения ребенка с ОВЗ по развитию личностного представления о красоте в произведениях изобразительного искусства и окружающей жизни, развитие мелкой моторики, координация движения, графические навыки).

– листок медицинского сопровождения, отражающий количество пропущенных дней ребенком по заболеванию, обследованию ребенка или иным причинам;

– индивидуальный план для воспитанника на неделю, содержащий описание образовательного блока (физическое развитие, познавательное развитие, ознакомление с художественной литературой, художественная деятельность, музыкальное, подготовка к обучению грамоте, математика, коррекция речи, психологическая коррекция, обучение плаванию), совместной деятельности (в том числе прогулка), а также блок игры (подвижная, с/ролевая, дидактическая) и самостоятельной деятельности;

– листы стратегического этапа, содержащие направления работы специалистов с ребенком, воспитателем и родителями (законными представителями), в которых также описывается динамика в развитии ребенка на конец учебного года, анализируются результаты изменения изученных характеристик после проведения коррекционно-развивающих мероприятий и оценка эффективности выбранных методов коррекционно-развивающей работы;

– листы-карточки специалистов, отражающие форму работы с

ребёнком, родителями (законными представителями), кол-во часов, используемые технологии и программы, задачи коррекционно-развивающей работы, а также выявление динамики в развитии и оценку эффективности выбранных методов, форм коррекционно-развивающей работы.

Взаимодействие с родителями

Представленная система взаимодействия с детьми с ограниченными возможностями здоровья ориентирована на взаимодействие с семьями воспитанников, т.к. только совместными усилиями мы можем помочь нашим детям. Для этого в нашем детском саду реализуются следующие формы взаимодействия с семьей: семейные клубы; семейные праздники; диспуты, передвижные библиотеки; оздоровительные мероприятия (участие принимают все специалисты МБДОУ).

Использованные источники:

1. Адаптированная основная образовательная программа дошкольного образования МБДОУ №12 «Брусничка» (утверждена приказом заведующего от 29.08.2014г.)
2. Алямовская В.Г. Как воспитать здорового ребенка. – М.: LINKA PRESS, 1993.
3. Рунова М.А. Двигательная активность в ребенка в детском саду : Пособие для педагогов дошкольных учреждений, преподавателей и студентов педвузов и колледжей. – М.: Мозайка-Синтез, 2004.
4. Сековец Л.С. Комплексная физическая реабилитация детей с нарушением опорно-двигательного аппарата. Программа. Комплексы упражнений. Методические рекомендации. – М.: Школьная пресса, 2008.
5. Шебеко В.Н., Ермак Н.Н., Шишкина В.А. Физическое воспитание дошкольников: Практикум: Для студ. сред. пед. уч. заведений. – 3-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 1999. – 160 с.

Шашеро В. Г.
студент 3 курса
кафедра “Математика” и “Физика”
Бова О. Н.
студент 3 курса
кафедра “Математика” и “Физика”
Кабыш М.А.
студент 3 курса
кафедра “Математика” и “Физика”
Брянский государственный университет им. И. Г. Петровского
Россия, г. Новозыбков

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УРОКЕ ФИЗИКИ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Статья посвящена основным аспектам применения инновационных технологий на уроке физики в современной средней школе. Кратко описаны все представленные технологии. Приведено несколько примеров по применению. Сделаны выводы.

Инновационные технологии, проблемное обучение, проектное обучение, блочно – модульное обучение, поэтапное формирование умственных действий, личностно – ориентированное обучение, укрупненные дидактические единицы, дифференцированное обучение, диалог культур, ИКТ.

The article is devoted to the main aspects of the application of innovative technologies in the physics lesson in modern high school. Briefly describe all the technologies. Several examples of the application. Conclusions.

Innovative technologies, problem-based learning, project learning, block - modular training, the gradual formation of mental actions, personality - oriented training, integration of didactic units, differentiated learning, cultural dialogue, information and communication technologies.

В современный период ”…происходит интенсивный процесс обновления и совершенствования образования в средней школе, который требует разработки и внедрения новых форм обучения”.[1] Меняются общественные ценности, цели, запросы. На основе этих изменений нужно как – то корректировать систему проведения школьного урока. Чтобы это реализовать существует ряд педагогических технологий.

Не стоит забывать, что нынешний школьный ребенок – это творческая личность. Следовательно, технологии должны опираться на личностные качества, учитывать творческие способности, но в то же время формировать знания, умения и навыки в области физики.

Введение инноваций предполагает, что привычная всем традиционная форма обучения должна замениться другими, более актуальными технологиями. На данный момент такими технологиями являются:

- Технология проблемного обучения: особенностью которой является создание проблемной ситуации перед классом, благодаря которой ученики сами осваивают новую тему на основе уже имеющихся у них знаний.

- Технология проектного обучения: предполагает проектную деятельность, в ходе которой у учеников формируются новые знания, умения, навыки через самостоятельный поиск решения проблемы.

- Технология блочно – модульного обучения: предполагает объединение похожих тем в одну и изучение их в одном блоке.

- Технология поэтапного формирования умственных действий: урок строится на шести этапах: мотивация, ориентировочная основа действий, выполнение реальных действий, проговаривание вслух, проговаривание “про себя”, интериоризация.

- Технология личностно – ориентированного обучения: в организации которой учитель должен опираться на уже имеющиеся знания ученика, на чем и строить учебный процесс.

- Технология укрупненных дидактических единиц: предполагает некую модификацию содержания урока, то есть к одному и тому же материалу привязывается дополнительный, который помогает расширить тему, делая ее более доступной для понимания.

- Технология дифференцированного обучения: особенностью данной технологии является разделение учеников на группы по индивидуальным качествам, например, на учеников неудовлетворительной, удовлетворительной подготовок и тд.

- Технология с применением ИКТ: то есть применение компьютерных технологий, средств вычислительной техники на уроке.

- Технология диалога культур: предполагает включение в урок элементов, которые будут связывать его с жизнью, с другими дисциплинами либо культурой.

Безусловно, все вышеперечисленные технологии имеют место быть на уроке физики. В некоторых ситуациях даже следовало бы применить их, чтобы в полной мере раскрыть тему урока.

Рассмотрим более подробно применение технологии проблемного изложения. Чем она хороша на физике? Не стоит забывать, что некоторые физические явления детям уже известны. Требуется правильно поставить проблемную ситуацию: чтобы на простом, известном ученикам явлении объяснить сложное физическое. Другими словами, при объяснении нового материала, при постановке физического эксперимента следует это делать с максимальной простотой, доступной для понимания каждому. При применении этой технологии задействуются и элементы личностно – ориентированного обучения. Сама по себе постановка проблемной ситуации заставляет ребенка задействовать свои знания для решения проблемы. Стоило бы не забывать о том, что нужно выслушивать мнение каждого, независимо правильное оно или нет, а затем опытным путем или через литературу показать правильный ответ.

При изучении невидимых явлений: строение атома, различные виды световых явлений, виды излучения и тд – было бы уместно применить технологию с применением ИКТ, а именно компьютера и проектора. На этом оборудовании можно наглядно и безопасно показать все, начиная демонстрациями по механике и заканчивая опытами по ядерной физике. Помимо этого можно показать любой эксперимент через видеофильм. Что нам это дает? Во-первых, можно заинтересовать учащихся, что позволяет включить их в тему, во-вторых, это будет являться ярким примером наглядности, что способствует хорошему запоминанию и осознанию материала.

А как же исторические справки, связанные с великими людьми и открытиями физики? В этом нам помогает технология укрупненных дидактических единиц. Ведь ни один урок по физике не проходит без хотя бы краткого экскурса в ту же историю. Невозможно не связать физическое явление с жизнью, с той же самой биологией, географией, химией и другими дисциплинами. А здесь проявляется технология диалога культур.

Остальные нерассмотренные технологии так же применимы на уроках физики.

Таким образом, применение инновационных технологий имеет место

быть. Как было представлено выше, некоторые из технологий имеют свойство комбинироваться, то есть в одном уроке могут присутствовать элементы. Стоит отметить, что базовыми являются технологии: личностно – ориентированного и проблемного обучения – а уже потом происходит их расширение любыми другими. Такой способ построения урока будет отличаться от традиционной формы обучения, так как в большей степени будут задействованы ученики, нежели учитель.

Использованные источники:

1. МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ ПО ФИЗИКЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕМЫ: «МЕХАНИЧЕСКИЕ КОЛЕБАНИЯ» Белоус Н. М. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. №12. С. 297-301.

Шевченко О.Н., к.фил.н.
доцент
кафедра социальной работы и менеджмента
Российский государственный социальный
Университет филиал в г. Азове
Российская Федерация, в г. Азов

АНАЛИЗ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ: ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ

Введение. Незаменимым критерием оценки деятельности ВУЗа является его научно-исследовательская деятельность. Именно эта форма работы является первенствующей для модернизации процесса обучения, для активизации научного потенциала Вуза, и как следствие – выпуска высокопрофессиональных специалистов. В статье проведен анализ научно-исследовательской деятельность филиала РГСУ в городе Азове. Определены основные, научные направления, приоритеты и тенденции, определяющие тематику научных работ в ученых в 2011-2012 году.

Содержание. К узловым компонентам, определяющим научную активность образовательного учреждения, относят: научно-исследовательскую деятельность, научно-издательскую деятельность, организацию конференций, организацию научно-исследовательской деятельности студентов, деятельность докторантуры, аспирантуры, повышение научной квалификации.

В научно-исследовательскую деятельность, как правило, включаются фундаментальные научные исследования, прикладные научные исследования, экспериментальные разработки. Научная активность сотрудников определяет перспективы развития вузовской науки и научный потенциал университета в целом.

В 2011 году 15 публикаций сотрудников размещено в научной электронной библиотеке elibrary.ru в сборниках, которые зарегистрированы в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования). Так, проблемам преступности посвящены 3 публикации [1,2,3], проблемным

вопросам государственного регулирования - 2 [19,20]. Специфика развития предприятий [9,11], и инновационный потенциал предприятий [10,12] обсуждается в четырех работах, критерии имитационного моделирования [8] – в одной статье, по экономическим вопросам написана 1 публикация [6].

Сотрудники филиала регулярно повышают свою квалификацию и научный уровень. Ряд публикаций в связи с этим отражают научные положения диссертационных работ [7,21,22].

В 2012 году преподавателями филиала было издано два учебных пособия (авторы Капранов А.В. [14] и Ковалев В.В. [15]), одна монография (автор Астоянц М.С.), сотрудники филиала опубликовали сборник научных трудов: «Традиции и инновации Российской науки: проблемы модернизации и пути их разрешения» (коллектив авторов Андреев А.С., Долятовский Л.В., Личман Ю.П.) [4]. В рецензируемых российских изданиях вышло пять статей, в других изданиях – 78 публикаций.

Актуальным проблемам современности посвящены статьи Андреевой О.В., Суховеевой А.А. «Программно-целевое бюджетирование в системе социальной защиты населения в регионе», [5], Давлятовой С.В. «Проблемы социальной работы с осужденными и вопросы их ресоциализации» [13], Ковалева В.В. «Проблемы диалога власти и общества: роль СМИ в проведении социально-политических манипуляций» [16], «Проблемы конструирования понятия «аксиологический стереотип» [17,18], Шевченко О.Н. Роль взаимоотношений между поколениями в формировании и укреплении семейных традиций» [24] и других. Несколько статей напечатано в соавторстве в сборнике «Проблемы федеральной и региональной экономики» [23,25].

Заключение. Проведенный анализ доказывает, что научно-исследовательская деятельность – является определяющим критерием качества деятельности современного университета. В рамках исследовательской деятельности происходит самореализация профессорско-преподавательского состава, реализуются научные интересы, апробируются научные разработки.

В целом, современное развитие университета невозможно без научно-исследовательской деятельности как основополагающего фактора.

Использованные источники:

1. Андреев А.С. Некоторые дискуссионные вопросы понятия и сущности противодействия расследованию преступлений // Научные труды SWorld. 2011. Т. 9. № 3. С. 56-60.

2. Андреев А.С., Алексиенко О.Н. Взаимосвязи и взаимозависимости между способом преступления и содержанием ложного алиби // Научные труды SWorld. 2011. Т. 9. № 3. С. 61-69.

3. Андреев А.С., Алексиенко О.Н. Обстановка совершения преступлений в структуре факторов, причинно обуславливающих обоснование, выдвижение и отстаивание ложного алиби // Научные труды SWorld. 2011. Т. 9. № 3. С. 70-75.

4. Андреев А.С., Долятовский Л.В., Личман Ю.П. «Традиции и инновации Российской науки: проблемы модернизации и пути их разрешения» Азов: Изд-во ООО «АзовПечать», 2012.
5. Андреева О.В., Суховеева А.А. Программно-целевое бюджетирование в системе социальной защиты населения в регионе // Экономические науки. 2012. № 92. С. 105-109.
6. Андреева О.В. Проблемы реализации программно-целевого планирования расходов местных бюджетов // Научные труды SWorld. 2011. Т. 12. № 3. С. 5-9.
7. Анипенко Л.Н., Личман Ю.П. Оценка эффективности производства и использования фуражного зерна // Научные труды SWorld. 2011. Т. 25. № 4. С. 6-12.
8. Долятовский Л.В Имитационное моделирование развития предприятия // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 2011. № 119. С. 237.
9. Долятовский Л.В., Гамалей Н.Ю. Креативные методы в развитии предприятия // Креативная экономика. 2011. № 7. С. 74-84.
10. Долятовский Л.В Метод оценки и диагностики инновационного потенциала предприятия // Инновации и инвестиции. 2011. № 2. С. 8-10.
11. Долятовский Л.В. Метод выбора оптимальной стратегии развития фирмы // Инженерный вестник Дона. 2011. Т. 16. № 6. С. 23-28.
12. Долятовский Л.В. Стратегия развития фирмы на основе внедрения инноваций // Менеджмент инноваций. 2011. № 4. С. 328-336.
13. Давлятова С.В. Проблемы социальной работы с осужденными и вопросы их ресоциализации // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. № 3. С. 33-36.
14. Капранов А.В.Процессуальная самостоятельность следователя по российскому уголовно-процессуальному законодательству // Ростов-на-Дону: КОУ ВПО «РЮИ МВД России», 2012.
15. Ковалев В.В. Модульная организация учебного процесса в вузе: методологическое осмысление форм обучения – лекций, семинаров, практических занятий, - Ростов-на-Дону: ПО ПИ ЮФУ, 2012.
16. Ковалев В.В.Проблемы диалога власти и общества: роль СМИ в проведении социально-политических манипуляций // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. 2012. № 5 (25). С. 115-120.
17. Ковалёв В.В. Проблемы конструирования понятия «аксиологический стереотип» // Научный потенциал. 2012. № 4 (9). С. 100-104.
18. Ковалёв В.В. Проблемы конструирования понятия «аксиологический стереотип» // Научный потенциал. 2012. № 1. С. 86-89.
19. Ковалев В.В. Проблемные аспекты российского федерализма // Российский академический журнал. 2011. Т. 17. № 3. С. 11-12.
20. Ковалёв В.В. Создание властью искусственных стереотипов как форма манипулирования общественным сознанием // Научный потенциал. 2011. № 3. С. 153-158.
21. Личман Ю.П. О системном подходе к организации производства и

использования фуражного зерна // Актуальные вопросы экономических наук. 2011. № 23. С. 132-138.
22. Личман Ю.П. Оценка конкурентоспособности вузов в современных условиях // Научные труды SWorld. 2011. Т. 13. № 3. С. 29-35.
23. Прогнозирование потребности в человеческом капитале для развития экономики и Долятовский В.А., Гречко М.В., Мазаева Е.Е., Долятовский Л.В., Тугуз Ю.Р. В сборнике: Проблемы федеральной и региональной экономики Ученые зап. Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). Ростов-на-Дону, 2012. С. 37-47.
24. Шевченко О.Н. Роль взаимоотношений между поколениями в формировании и укреплении семейных традиций // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. № 3. С. 103-110.
25. Эволюционный анализ процессов экономического развития, Долятовский В.А., Гречко М.В., Тугуз Ю.Р., Долятовский Л.В. В сборнике: Проблемы федеральной и региональной экономики Ученые зап.. Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). Ростов-на-Дону, 2012. С. 28-36.

Абдрашитов В.М., к.юр.н.
доцент
кафедра «Теории государства и права»
Волгоградский государственный университет
Ивлев И.Ю.
студент 3 курса
факультет «юриспруденция»
Россия, г. Волгоград

ПРОБЛЕМА ТЕРРОРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Статья посвящена исследованию проблемы терроризма и ее проявления на современном этапе в мире. В статье раскрыты основные понятия, приведены исторические примеры, начиная с XXI века. Проведен анализ нынешней ситуации в России.

Ключевые слова: современный терроризм, экстремизм, теракты, мировая угроза, трагедия.

Article is devoted to research of a problem of terrorism and its manifestation at the present stage in the world. In article the basic concepts are opened, historical examples, since XXI century are given. The analysis of a present situation in Russia is carried out.

Keywords: modern terrorism, extremism, acts of terrorism, world threat, tragedy.

В наше время реальную и очень серьёзную угрозу для национальной безопасности России представляет терроризм.

С самых давних времен люди сталкивались с такой формой проявления жестокости, и по сей день данная угроза представляет большую опасность не только для России, но и для других государств. Овладевая разумом завербованных людей, террористы словно гипнотизируют их и призывают совершить террористический акт.

Так, что же все-таки такое терроризм? Терроризм[3] – это самое опасное преступление, связанное с проявлением насилия и жестокости в отношении мирных людей, с уничтожение имущества и других материальных ценностей. Это действия, создающие опасность гибели множества людей или причинения значительного имущественного ущерба. Среди особо важных проблем терроризм относят к числу глобальных проблем человечества. международный терроризм получает все более широкое распространение в планетарном масштабе. Он проявляется как в регионах традиционных международных конфликтов (например, Ближний Восток, Южная Азия), так и в наиболее развитых и благополучных государствах

[3] - Насильственные акты, совершаемые против лиц или объектов, находящихся под защитой государственных или международных прав (Словарь чрезвычайных происшествий).

мира (в частности, США и Западная Европа). Обострение глобальных проблем на рубеже XX и XXI веков стало отличительной чертой современного этапа развития мирового сообщества. Они превратились в реалии, во многом определяющие сегодняшние особенности международных отношений и основные направления мировой политики.

Вспомним такую ужасную трагедию, как террористический акт 11 сентября 2001 года - разрушение башен Всемирного торгового центра в Нью-Йорке, террористический акт в Беслане 1 сентября 2004 года - захват заложников в школе № 1 города Беслана (северная Осетия), 12 октября 2002 года - террористический акт на Бали. И таких примеров очень и очень много. Последствия террористических актов по всему миру приводят к массовым человеческим жертвам, уничтожению духовных и материальных ценностей. Теракты сеют вражду между народами, недоверие, страх, панику, они провоцируют межгосударственные, международные, межконфессиональные, религиозные конфликты и войны, но не будем забывать, что терроризм - это очень прибыльное явление для определенных государств. Для современных террористов характерен высокий уровень их подготовки, конспирации приготовления и проведения террористических актов, современный уровень вооруженности и технической оснащенности.

Нынешняя и самая главная террористическая угроза для всего мира - ИГИЛ4. Исламское руководство Ирака и Леванта (ИГИЛ) стало сегодня реальной угрозой стабильности в странах Ближнего Востока, но в ближайшем будущем участь этого региона может постигнуть всю Евразию. Своими действиями они запугивают людей, делают страшные вещи без зазрения совести, прибегают к насилию, убийствам и аморальным действиям. Своей правдой они прикрываются религией - Ислам, но как мы знаем, что данная религия является мирной и не призывает делать того, что делают они. Под вербовку попадают простые люди, которые до этого жили простой жизнью и занимались обыденными делами. На днях стало известно о 15 оренбуржцах, которые покинули страну с целью попасть в группировку «Исламское Государство» (террористическую организацию, запрещённую в РФ). Значит ли это, что слышимая из новостей аббревиатура из четырёх букв становится реальной угрозой для горожан.

Вспомним очень страшную трагедию, которая произошла недавно в Париже в ночь на 14 ноября 2015 года. Это событие потрясло всех людей во всем мире. Террористы совершили несколько терактов по всему Парижу и повергли в шок население. Перенесемся назад и вспомним еще одну ужаснейшую трагедию, которая произошла 31 октября 2015 - крушение самолета А321, где погибло 224 человека. Сейчас обсуждается множество

[4]— Террористическая организация, в последние месяцы прославившаяся скандалами и зверскими убийствами в Сирии, и, в особенности, в Ираке.

версий по поводу крушения самолета: агентство "Франс Пресс5" сообщило, что ответственность за гибель российского лайнера взяла на себя террористическая группировка ИГИЛ. Думается, чтобы не говорили и какие бы версии ни предполагали - это был террористический акт. Эта трагедия повергла всех в ужас и в панику, люди боятся летать на самолетах, люди боятся погибнуть - и это правильно.

Россия переживает сложный период истории своего развития, характеризующийся глубокими преобразованиями в политической, экономической и социальной сферах. Выраженное расслоение общества по уровню материального благосостояния сопровождается ростом насильственных посягательств, извращаются понятия о порядке и справедливости, рушатся нравственные устои, насилие становится средством достижения политических и экономических целей, и как результат происходит увеличение количества преступлений связанных с террористической деятельностью.

По мнению С.И. Грачева нынешний терроризм может служить не только дополнением и органическим элементом, но и детонатором военных конфликтов, в частности межэтнических, препятствовать мирному процессу. Российские подразделения десантировались в Сирии и вступили в боевое соприкосновение с группировкой ИГИЛ. Все это происходит в окрестностях города Латакия, где войска Башара Асада, впервые за последнее время, добились впечатляющих успехов. Эта информация была распространена сразу несколькими источниками, после чего буквально в считаные часы «разлетелась» по всему миру. Этим обстоятельством в ряде случаев пытаются воспользоваться в своих геополитических и стратегических интересах США и другие западные страны. Сами страдая от терроризма, они, тем менее, готовы сотрудничать с террористическими группировками в тех случаях, когда деятельность последних не направлена в данный момент против тех же США или их союзников. Я полностью поддерживаю мнение автора, потому что в наше время терроризм очень выгодное явление для некоторых государств.

Большинство людей задаются таким вопросами: Почему с Россией так мало объединяются государств в борьбе с ИГИЛ? Почему главы государств и политики в первую очередь ставят перед собой цель обогатиться ресурсами и деньгами, а не уничтожить главного врага человечества? Ни для кого не секрет, что некоторые государства ведут сотрудничество с ИГИЛ, обеспечивая их по последнему слову техники. В пример, можно привести Турцию, которая сбила российский истребитель Су-24. На данный момент появилось очень много версий об их сотрудничестве с ИГИЛом. Сергей Лавров: Россия представила исчерпывающие доказательства сотрудничества Турции и ИГИЛ: "О том, что нефть с захваченных "игиловцами"

[5] - Старейшее в мире информационное агентство и одно из самых крупных в мире. Штаб-квартира расположена в Париже.

месторождений в Сирии и Ираке течет за границу, в частности, в Турцию, мы неоднократно говорили публично, и факты, которые подтверждают эти обстоятельства, будут предъявлены формально, в том числе, в Организацию Объединенных Наций и всем заинтересованным сторонам", - заявил он. За сбитый истребитель Верховная рада Украины наградила турецкого летчика сбившего Су-24. Под музыку духового оркестра депутаты торжественно прикрепили пятиконечную звезду к турецкому посольству в Киеве. Вместо того чтобы всем наконец-то объединиться всем вместе против ИГИЛа, государства вводят санкции против России, награждают медалями пособников ИГИЛа, но не занимаются теми вещами, которыми должны ради всеобщего блага. Если так и дальше будет продолжаться, то в скором будущем просто объявят войну и начнется глобальный конфликт с Россией, который все так и ждут. Украина для США – только начало, главная цель - это дестабилизация России и смена режима. И внесенный в конгресс США законопроект с осуждением действий России под номером 758, может стать первым шагом к открытому противостоянию.

Под угрозу террора попадают не только самолеты, метро, вокзалы, но и образовательные учреждения. Совсем недавно я провел эксперимент, в котором хотел выяснить, ответственно ли относятся к своей работе сотрудники правопорядка: я заходил во множество университетов, школ, детских садов и совершенно спокойно без досмотра меня и моих документов проходил в данное помещение. Это очень поражает тем, что сотрудники безответственно относятся к своей работе, им наплевать на жизни людей, которые они обязаны охранять и защищать. Уровень безопасности на очень низком уровне. Полностью все контролировать и уследить за всем нельзя, но наше государство и наши сотрудники должны ответственно относятся к своей работе, неважно полицейский или охранник где-либо.

В заключение статьи хотелось бы отметить следующее: Весь мир столкнулись с ужаснейшей проблемой для всего человечества, с которой нужно бороться всем государствам вместе. Забыть обо всех конфликтах между собой и поставить главные цели - сохранить тысячи человеческих жизней, уничтожив ИГИЛ, наладить между собой взаимоотношения, уничтожив ИГИЛ, наладить между собой взаимоотношения, сесть на стол переговоров, вычислить всех глав государств, которые причастны или ведут контакт с террористами.

Нужно как можно скорее уничтожить ИГИЛ. России нужно перестать быть слишком доброй в данной войне, должны быть наказаны все виновники и сотрудники ИГИЛа. Смерть нашего летчика не должна быть остаться безнаказанной. По всей строгости Турция должна быть наказана за все, что она сделала. Что касается США, то они ведут «двойную игру» и все об этом знают. Если и так дальше будет продолжаться, что государства, которых считают союзниками, оказываются предателями, то ИГИЛ и дальше будет распространяться по всему миру, а закончится это Третей мировой войной. Что еще должны сделать террористы, чтобы государства обратили на это

внимание?! Со всеми кто причастен или имеет отношение к ИГИЛу нужно прекратить контакт, оборвать все отношения, сотрудничества. Государства, которые и вправду заинтересованы в борьбе с террористами, должны сплотиться и ударить по противнику все вместе.

Использованные источники:

1. Аргументы и факты oren.air.ru.
2. С.И.Грачев ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОГО ТЕРРОРИЗМА КАК ОДНОГО ИЗ ВИДОВ МЕЖДУНАРОДНОГО ТЕРРОРИЗМА Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского.
3. Free News.su - Информационно-аналитический портал.
4. Первый канал - http://www.1tv.ru .
5. Ино ТВ – иностранные СМИ на русском языке.
6. Южный федеральный – газета Северного Кавказа.

Аминов С.Н.
студент 3 курса
Ядыкин Р.С.
студент 3 курса
Юридический факультет
СФ Башкирский государственный университет
Россия, г. Стерлитамак

СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ИНСТИТУТА ПРАВОСПОСОБНОСТИ В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ И ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ

АННОТАЦИЯ

В данной статье приводится сравнительно-правовой анализ института правоспособности в гражданском праве и гражданском процессе. Даются определения понятиям правоспособности и дееспособности в гражданском праве и гражданском процессе. Затрагиваются проблемы соотношения данных понятий в научной литературе и их взаимосвязь. Рассматриваются объективные и субъективные признаки этих институтов.

ABSTRACT

In this article the comparative and legal analysis of institute of legal capacity is provided in the civil law and civil process. Definitions are given to concepts of legal capacity and capacity to act of the civil law and civil process. Issues of a ratio of these concepts of scientific literature and their interrelation are touched. Objective and subjective signs of these institutes are considered.

Ключевые слова: правоспособность; дееспособность; субъекты права; гражданское право; гражданский процесс.

Keywords: legal capacity; capacity to act; persons of law; civil law; civil process.

В современной юридической литературе сравнительному анализу гражданской право- и дееспособности и гражданско-процессуальной право- и дееспособности не уделяется должное внимание. Авторы учебных пособий

и большинство теоретиков не рассматривают этот вопрос в своих трудах, либо отождествляя эти два института, либо считая что гражданско-процессуальная право- и дееспособность производна от гражданско-правовой. Вместе с тем необходимо отделять друг от друга эти понятия и провести четкую грань между ними.

Понятие гражданской правоспособности нашло выражение в ст. 17 ГК РФ. Согласно ей, гражданская правоспособность – это способность иметь юридические права и нести соответствующие обязанности. О гражданской дееспособности говорится в ст. 21 ГК РФ, из текста которой можно понять, что под дееспособностью понимается способность гражданина своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права, создавать для себя гражданские обязанности и исполнять их. В гражданско-процессуальном праве законодательное закрепление понятия гражданско-процессуальной правоспособности отсутствует, однако в ст. 36 ГПК РФ говорится о том что гражданско-процессуальная правоспособность признается в равной мере за всеми гражданами и организациями, которые согласно законодательству Российской Федерации имеют право на судебную защиту своих прав, свобод и законных интересов. В свою очередь определение гражданско-процессуальной дееспособности дано в ст. 37 ГПК РФ - это способность своими действиями осуществлять процессуальные права, выполнять процессуальные обязанности и поручать ведение дела в суде представителю.

Теоретики в своих трудах практически не говорят о самостоятельности гражданско-процессуальной право- дееспособности и ее отличиях от гражданской право- дееспособности. Конечно же нельзя отрицать тесную взаимосвязь между материальной и процессуальной право-дееспособностью, ведь тот у кого есть правоспособность быть субъектом гражданских прав и обязанностей, не может не иметь правоспособности и в защите своих прав. Однако есть существенные различия в объективных и субъективных признаках.

Например, круг субъектов наделенных процессуальной правоспособностью несколько отличается от круга субъектов наделенной материальной правоспособностью, поэтому можно сказать о том что процессуальная правоспособность не может быть производна от гражданской правоспособности. Участие в гражданском процессе таких лиц как свидетелей, переводчиков, экспертов, специалистов необходимо для содействия правосудию в достижении его целей, для этого они наделяются специальными правами и несут соответствующие обязанности, при этом не являясь субъектами спорного материального правоотношения. Статус этих лиц исключительно процессуальный.

Также нельзя не заметить, что теоретики все чаще упоминают в своих научных трудах, о особом правовом статусе судьи и прокурора, чья правоспособность в силу их властных полномочий имеет особую специфику. Права и обязанности данных субъектов слиты в единую компетенцию. Для

судьи и прокурора право является обязанностью, а обязанность в свою очередь является правом. Правоспособность этих субъектов не может основываться на материальной правоспособности, т.к. в гражданском праве лицо не может быть принуждено к осуществляю своих субъективных прав. Еще советский правовед А.В. Венедиктов говорил о необходимости разграничивать правосубъектность государственных органов в зависимости от того в какие правовые отношения они вступают, что позволило наделять судей и прокуроров как материальной так и процессуальной правоспособностью.

Процессуальная правоспособность юридических лиц не может быть специальной как материальная правоспособность. В гражданском процессе юридические лица обладают полной правоспособностью, что позволяет привлекать их к ответственности при выходе за пределы материальной правоспособности. Иностранные физические и юридические лица при обращении за защитой своих прав в российские суды, наделяются тем комплексом прав и обязанностей, которые составляют содержание процессуальной правоспособности.

Гражданско-процессуальная правоспособность состоит из субъективных процессуальных прав и обязанностей, закреплённых в ГПК РФ и иных источниках гражданско-процессуального права. Права и обязанности конкретного участника процесса устанавливается законодателем в зависимости от цели их участия в осуществлении правосудия.

Гражданский процесс регулирует процессуальную деятельность не только по защите гражданских прав, но и споры в таких отраслях права как трудовое, земельное, жилищное и других. Из-за специфичности и самостоятельности данных отраслей права гражданская материальная правоспособность не имеет определяющего значения для дел в этих отраслях.

Подводя итоги можно сказать о том, что несмотря на то что между процессуальной и материальной правоспособностью существует взаимосвязь, это два разных института, которые представляют собой разные аспекты правоспособности, существование которых обусловлено различным характером правоотношений.

Использованные источники:

Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ: по сост. на 01 декабря 2015 г. // Консультант Плюс

1. Треушников М.К.. Гражданский процесс: Учебник. Москва.: Городец, 2005. – 134с.

Арабаджиева С.У.
студент 4 курса, группы МЭ-12
факультет экономики менеджмента
и информационных технологий
Ломко И.Г., к.полит.н.
научный руководитель, доцент
ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет»
Республика Крым, г. Симферополь

РОЛЬ ПАРТИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В Российской Федерации завершена политическая реформа, главным направлением которой стало изменение места, роли и функциональной нагрузки российских политических партий. В этой связи представляется актуальным рассмотреть основные характеристики российских политических партий сквозь призму действительной политической практики.

После семидесяти лет существования однопартийной системы РФ вступила в период создания демократической политической системы, ключевым звеном которого стала многопартийность.

Массовые политические партии возникли сравнительно недавно и представляют собой специфический продукт развития гражданского общества и парламентского конституционного государства, элемент политической системы, основанной на функционировании представительных учреждений [1, с. 434].

По данным Министерства Юстиции РФ на 1 января 2015 года в государстве было зарегистрировано 75 политических партий [2]. Из них парламентскими партиями являются Всероссийская политическая партия «Единая Россия», «Коммунистическая партия Российской Федерации», «Справедливая Россия» и «Либерально-демократическая партия России».

Наибольшее количество депутатов в Государственной Думе представлено партией «Единая Россия» их численность составляет 238 депутатов; партию «КПРФ» представляет – 92 депутата; партию «Справедливая Россия» – 64 депутата и «ЛДПР» – 56 депутатов [3].

Именно политические партии являются одной из организационных форм выражения политических идей и взглядов, идеологических позиций, содействуя выражению общей воли, общезначимых общественно-политических интересов если не всего народа, то какой-либо его значительной части.

Например, партия «Единая Россия» видит своей целью создание сильного государства, в котором соблюдаются конституционные законы, и обеспечивается правопорядок, действуют сильные и ответственные органы власти, правосудие, и государственный аппарат. Россия должна стать страной, в которой сотрудничество всех ветвей власти определяет своей целью благо гражданина. Партия ставит своим ориентиром построить

справедливое общество, основанное на сильной социальной политике государства, в котором обеспечена высокая степень социальной защиты, созданы равные стартовые возможности для всех. Партия стремиться сделать Россию процветающей страной, где развитие экономики основано на мощном производственном потенциале, современных технологиях и эффективном использовании уникальных природных ресурсов [4].

КПРФ видит свою задачу в том, чтобы соединить социально-классовое и национально-освободительное движения в единый народный фронт. Придать ему целенаправленный характер. Партия борется за единство, целостность и независимость Отечества, за воссоздание братского Союза советских народов, благополучие и безопасность, нравственное и физическое здоровье граждан. Со своими идеями российские коммунисты, прежде всего, обращаются к трудящимся классам и слоям России. К тем, кто собственным трудом создаёт материальные и духовные ценности, оказывает населению жизненно значимые услуги. В этих людях коммунисты видят свою главную социальную базу [5].

Главной целью партии «ЛДПР» является богатая и культурная страна, обеспечение каждому гражданину России достойной жизни. А это невозможно без укрепления российской государственности, усиления национальной безопасности и изменения внешней политики, возрождения экономики России. В сфере социальных отношений ЛДПР защищает интересы различных слоев населения. Благодаря настойчивости депутатов фракции ЛДПР, их голосам в Госдуме, власти несколько раз повышали размеры пенсий, в три раза индексировали сбережения граждан, повысили размеры всех пособий и минимальную заработную плату [6].

Партия «Справедливая Россия» стремиться создать актуальный, демократический и эффективный социализм. Партия ставим перед собой цель развивать российскую социалистическую идею, чтобы она отвечала как задачам XXI века, так и духовной традиции народа и его культуре [7].

Политические партии, формируясь в недрах гражданского общества как результат его политической самоорганизации, одновременно являются основным посредником между гражданским обществом и государством, содействующим выражению потребностей и интересов различных слоев и групп населения через институты государственной власти [1, с. 435].

Такое понимание сущности политических партий прозвучало и в Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 17 февраля 1998 г., в котором отмечалось, что «связующим мостом между обществом и властью являются политические партии, их двойственная природа объясняется непосредственным участием этих организаций в формировании органов власти и представительством в них».

Демократия обеспечивается участием партий в выборах, поскольку на многопартийных выборах сталкиваются не амбиции личностей, а интересы

общественных групп [1,с. 436].

Согласно данным Института социально-экономических и политических исследований политическая партия «Единая Россия» в 1 квартале 2015 года является лидером в «Рейтинге политических партий России» и набирает 72,12 очка рейтинга из 73 возможных. Только «ЕР» в период между ЕДГ систематически участвует в выборах всех уровней, реализуя одну из основных функций политической партии более чем на 90%.

КПРФ набирает 67,88 очка рейтинга и занимает 2 место и ЛДПР 3 место, что составило 66,74 очка рейтинга. Партии разделили места в электоральных Индексах: если ЛДПР была более активна в ходе муниципальных избирательных кампаний, то КПРФ удалось продемонстрировать более высокую результативность в электоральной эффективности [2].

В Российской Федерации, существование политических партий – результат объективного исторического развития, демократизации общественной жизни. Более того, конституционно - правовое развитие современной России характеризуется процессом правовой институционализации политических партий, законодательным усилением их роли в формировании и осуществлении государственной власти, признанием партий институтом, необходимым для функционирования всего государственного механизма Российской Федерации.

На современном этапе, деятельность российских политических партий требует дальнейшего совершенствования. Государство, приняв Федеральный закон от 11 июля 2001 г. N 95-ФЗ "О политических партиях" (с изменениями от 23 мая 2015 года), методом проб и ошибок ищет адекватные формы правового регулирования данной сферы с целью стимулирования строительства полноценных политических партий.

Использованные источники:

1. Орлова М. А. К вопросу о роли политических партий в современном демократическом обществе / М. А. Орлова // Молодой ученый. — 2013. — №4. – 434-436 с.

2. Официальный сайт Министерства Юстиций РФ. [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://minjust.ru/ (дата обращения: 03.12.2015).

3. Официальный сайт Государственной Думы РФ. [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.duma.gov.ru/structure/factions/ (дата обращения: 03.12.2015).

4. Официальный сайт Всероссийской политической партии «Единая Россия». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.er-duma.ru/ (дата обращения:03.12.2015).

5. Официальный сайт политической партии «Коммунистическая партия Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://kprf.ru/ (дата обращения: 03.12.2015)

6. Официальный сайт политической партии «ЛДПР». [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://ldpr.ru/ (дата обращения 09.12.2015)

7. Официальный сайт политической партии «Справедливая Россия». [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.spravedlivo.ru/ (дата обращения 09.12.2015).

Ахметова А.Т.
старший преподаватель, работник
кафедры «Гражданского права и процесса»
Башкирский Государственный Университет
Конарев А.С.
студент 3 курса
Алмоян Н.С.
студент 3 курса
факультет «Юриспруденция»
Россия, г. Стерлитамак

ПРОБЛЕМА ТАЙНЫ УСЫНОВЛЕНИЯ В РОССИИ

В статье анализируется проблема тайного усыновления в России, что каждый гражданин имеет право на личную и семейную тайну. Так же рассматривается роль государства в данном вопросе и зарубежный опыт.

Ключевые слова: тайна, семья, ребенок, государство, родственники, семейный кодекс, усыновление.

The article analyzes the problem of secret of adoption in Russia that every citizen has the right to personal and family secrets. Also examines the role of the state in this matter and foreign experience.

Keywords: mystery, family, child, government, relatives, family code, adoption.

Проблема тайны усыновления в России является актуальной на данном этапе развития общества. Как известно, статья 139 Семейного кодекса РФ устанавливает тайну усыновления ребенка, охраняемую законом. В свою очередь, статья 23 Конституции РФ является основным началом становления норм Семейного кодекса об охране тайны усыновления. Данная статья гласит, что каждый гражданин нашего государства имеет право на личную и семейную тайну.

Государство устанавливает ответственность для лиц, разглашающие тайну усыновления против воли усыновителей ребенка. Судьи, вынесшие решение об усыновлении ребенка, или должностные лица, осуществившие государственную регистрацию усыновления, а также лица, иным образом осведомленные об усыновлении, обязаны сохранять тайну усыновления ребенка.

Факт разглашения такой тайны может негативно отразиться как на моральном, так и на физическом состоянии ребенка. В практике часто встречаются случаи, когда ребенок узнает о том, что его отец и мать не являются его биологическими родителями. Узнав о таких фактах, ребенок

впадает в депрессивное состояние, апатию. Особенно привержены к агрессивному и импульсивному поведению подростки, то есть дети от 10 (11) – 13 (14) лет. Такое поведение несет за собой серьёзные последствия, это не только плохая успеваемость в общем образовательном учреждении, но и случаи суицидальных припадков, что является негативно-шокирующим фактом.

Опыт зарубежных стран показывает, что институт открытого усыновления является наиболее разумным и благоприятно влияющим способом достижения понимания в семье. В психологическом аспекте ребенку в малом возрасте намного проще объяснить, что его отец и мать не являются его биологическими родителями, но при этом они не перестают быть его семьей, любящей и понимающей его. С возрастом ребенок будет всё больше и больше ценить своих усыновителей, при этом у него не возникнет чувства недоверия, которое часто сопровождает детей, узнающих о своем усыновлении в подростковом возрасте.

Институт тайны усыновления теряет свою основную функцию при усыновлении детей более зрелого возраста. В этом случае скрыть факт усыновления невозможно, ребенок осознанно понимает, что его усыновители не являются его биологическими родителями. Из этого следует, что тайна усыновления имеет место быть только при усыновлении новорожденных и малолетних детей. Поэтому принцип тайности является по своей сути узким и не универсальным. Использование же принципа открытости в усыновлении является универсальным и наиболее разумным при усыновлении.

Рассмотрим проблему с другой стороны. Многие ученые, психологи считают, что ребенок имеет право знать своих биологических родителей [1, с.235]. Данное мнение субъективно и не находит поддержки со стороны правовой науки. По-нашему мнению данное право имеет место быть. Ребенок, узнав о том, что кроме привычных для него родителей, есть и другие, биологические, не изменит своего отношения к усыновителям. Стоит задуматься о том, почему биологические родители отказываются от своих детей. Чаще всего — это лица, несущие негативный пример, который ведут асоциальный и аморальный образ жизни. В интересах самого ребенка не воспитывать в руках таких родителей, а быть в окружении любящих и заботящихся о нем людей. Существуют и иные случае, когда биологический родитель является лицом, который в момент отказа от ребенка находился в тяжелом материальном положении, и после того, как усыновленный уже попал в приемную семью, всячески пытаются вернуть ребенка. Главная жертва в таких ситуациях — ребенок. Он становится вещью, объектом борьбы между усыновителями и биологическими родителями.

Несмотря на то, что ради сохранения тайны усыновления, семьи меняют место жительства, прерывают контакты с близкими, изменяют имя усыновленного ребенка, сохраняется тревога перед раскрытием тайны, помимо воли усыновителей в семье создается напряженная обстановка [2,

с.15]. Это приводит к тому, что усыновители чувствуют себя неполноценными родителями, что сказывается на их общении с ребенком.

Таким образом, процесс усыновления — это сложный как в отношении права, так и в моральном аспекте процесс, устанавливающий определенные ценности и ориентиры в приемной семье. Поэтому важным является — учесть интерес ребенка, поставить его на первое место в системе ценностей, тогда вопрос о тайне усыновления сменится решением в пользу принципа открытости усыновления, направленного на право ребенка знать своих родителей, на право усыновителей жить без страхов и сомнений, и на право более значимых доверительных отношений между ребенком и усыновителем.

Использованные источники:

1.Гуреев В.А., Косова О.Ю., Тригубович Н.В., Чашкова С.Ю. Семейное право. Учебник. М.: Юрайт, 2015. 406с.

2.Гомола А.И., Гомоло И.А. Семейное право. М.: Академия. 2013. 17с.

Ахметова А.Т.
старший преподаватель, работник кафедры
«Гражданского права и процесса»
Башкирский Государственный Университет
Конарев А.С.
студент 3 курса
Алмоян Н.С.
студент 3 курса
факультет «Юриспруденция»
Россия, г. Стерлитамак

ДОКАЗЫВАЕНИЕ В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ

В статье анализируется вопрос доказывание в гражданском судопроизводстве РФ, его цели, задачи, оценка и бремя. Так же в статье рассматриваются факты не требующие доказывания – преюдиция.

Ключевые слова: доказывание, гражданский процессуальный кодекс, факты, доказательство, участники гражданского процесса, процесс, сведенья.

The article examines the question of proof in civil proceedings of the Russian Federation, its goals, objectives, evaluation and a burden. Also the article deals with facts not requiring evidence – prejudicial effect.

Keywords: proving, the code of civil procedure, facts, evidence, civil process, process, information.

Исходя из основ гражданского процессуального кодекса доказывание в судопроизводстве это действия суда и лиц участвующих в деле, направленных подтвердить или опровергнуть имеющие значение для правильного разрешения дела факты, полученные, исследованные и выраженные в строго установленном процессуальным законом порядке.

Цели доказывания заключаться в том, что они являются фактами подтверждающие требования истца в иске или возражение ответчика против

иска, а так же процессуальных фактов от которых зависит возможность судебного разбирательства дела.

Бремя доказывания как гласит гражданский процессуальный кодекс лежит на обеих сторонах, а именно на истце и ответчике. Согласно ст.56 ГПК РФ, каждая сторона должна доказать те обстоятельства, на которые она ссылается как на основание своих требований и возражений, если иное не предусмотрено федеральным законом.6 Суд определяет для лиц участвующих в судопроизводстве, какие доказательства будут иметь значения для дела, и какой стороне надлежит бремя их доказывания. Средствами доказывания являются следующие действия: объяснение сторон и третьих лиц, показание свидетелей, заключение экспертов, письменные и вещественные доказательства, аудио и видеозапись. Так же одна из сторон может попросить суд обеспечить доказательство, если она опасается, что в дальнейшем представление данного доказательства окажется невозможным или затруднительным.

После того, как все лица участвующие в деле предъявить свои доказательства суду, начинается процесс оценки доказательств. Суд оценивает относимость, допустимость и достоверность каждого доказательства в отдельности, а также их достаточность и взаимную связь доказательств в их совокупности. Относимость – означает, что доказательства имеют значения для рассмотрения и разрешения дела. Допустимость - то есть доказательства должны быть представлены и истребованы в точном соответствии с требованиями гражданского процессуального закона с помощью средств доказывания (объяснений, показаний свидетеля, письменных и вещественных доказательств и др.), прямо указанных в законе. О достоверности и достаточности доказательств можно судить по совокупности всех доказательств, собранных и представленных суду, насколько они полно подтверждает обстоятельства, на которые ссылается каждая из сторон. Результаты оценки доказательств суд обязать отразить в вынесенном по делу решении, и мотивировать, почему одни доказательства приняты в качестве средств обоснования выводов суда, а другие отклонены судом.

Так же гражданский процессуальный кодекс предусматривает такие факты, которые не требует доказывания, к ним относятся: общеизвестные факты и преюдициальные. Общеизвестные факты это такие факты, которые известны на всей государственной территории или на определённой территории, факты которые легко проверить и научные факты. К преюдициальным относятся факты установленные приговором или решением суда, вступившим в законную силу. Такие факты обязательны для суда, их не требуется доказывать или оспаривать заново в ходе рассмотрения нового дела с участием тех же лиц.

---

1. [6] "Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации" от 14.11.2002 N 138-ФЗ

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что доказывание в гражданском процессе является основополагающим фактором для принятия объективного и законного решения по делу.

Использованные источники:

1."Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации" от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 28.11.2015) Первоначальный текст документа опубликован в изданиях "Собрание законодательства РФ", 18.11.2002, N 46, ст. 4532, "Парламентская газета", N 220-221, 20.11.2002, "Российская газета", N 220, 20.11.2002.

2.Гражданское процессуальное право : учебник для бакалавров / С. Ф. Афанасьев, А. И. Зайцев. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 655 с. — Серия : Бакалавр. Углубленный курс.

Банашко В.Ю.
студент магистратуры ИДО
Тюменский государственный университет
Магистерская программа
"Гражданское право, семейное право,
международное частное право»
Россия, г. Тюмень

ДЕПРИВАТИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ОТКАЗА ОТ ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ НА ЖИЛОЕ ПОМЕЩЕНИЕ

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется правовая природа деприватизации жилого помещения. Делается вывод о рассмотрении деприватизации как особого основания прекращения права собственности на жилое помещение путем отказа от права собственности. Отказ от права собственности является юридическим фактом, дающим право требовать заключения договора социального найма.

ABSTRACT

The article examines the legal nature of the deprivatization of the dwelling. The conclusion of the review as a special de-privatization of the grounds for termination of ownership of the dwelling by waiving the right of ownership. Waiver of the right of property is a legal fact, which gives the right to require the conclusion of the contract of social hiring.

Ключевые слова: приватизация, расприватизация, деприватизация, расторжение договора, отказ от права собственности, признание договора приватизации недействительным.

Key words: privatization, reprivatization, de-privatization, termination of the contract, waiver of the right of ownership, recognition of the contract null and void privatization.

Интерес к исследованию вопросов, связанных с приватизацией жилых помещений, уже давно перестал быть значительным. За двадцать три года, в

течение которых формировались российское законодательство и судебная практика, а ученые анализировали указанную проблематику, были найдены ответы на большинство теоретических и практических вопросов. Однако, как представляется, нельзя считать поставленной точку в дискуссиях о природе и последствиях процесса возврата приватизированного жилого помещения в государственную и муниципальную собственность. Повышает актуальность обращения к данной проблематике то обстоятельство, что бремя содержания собственником своего жилого помещения в последнее время постоянного возрастает: речь идет и о введении обязанности осуществлять платежи за капитальный ремонт жилых помещений, и об обсуждаемых (а в ряде регионов уже принятых) изменениях при налогообложении жилых помещений. Указанное усиливает обсуждение вопросов о возможности возврата жилого помещения в публичную собственность, а соответственно, актуализирует необходимость оценки существующей правовой регламентации указанных общественных отношений.

Расприватизация (или деприватизация) жилого помещения - категории исключительно доктринальные и в законодательных актах не использующиеся, что позволяет ученым и правоприменителям наполнять их содержание по собственному усмотрению. Не только в первых публикациях, посвященных деприватизации, но и в современных исследованиях под данным термином понималось несколько правовых явлений [3, с. 42].

Наиболее часто деприватизацию рассматривают как процесс признания договора приватизации недействительным, иногда как процесс расторжения договора приватизации, очень редко - как процесс отказа от права собственности на жилое помещение. В ряде случаев деприватизация и расприватизация, считающиеся синонимами, трактуются как понятие, обозначающее итоговый результат - возврат когда-то приватизированного жилого помещения в публичную собственность. Оценивая данный разброс мнений, на первый взгляд можно было бы согласиться с таким положением вещей, коль скоро речь идет о терминах, выработанных наукой и легальные определения которых отсутствуют. Однако именно потому, что наука призвана упорядочивать, а не вносить неопределенность, необходимо четко определиться с используемыми терминами и их содержательным наполнением. Для решения данной задачи обоснуем несколько исходных тезисов.

Наиболее часто требования собственника о применении ст. 9.1 рассматриваются как требования о расторжении договора приватизации. Эта позиции звучит не только в заявляемых истцом требованиях, но и непосредственно в обоснованиях выносимых судом решений.

Так, в частности, судами указывается: "Деприватизация (расприватизация), то есть расторжение договора, является проявлением правомочия собственника по распоряжению собственностью" [5] или "Обязать администрацию сельского поселения... расторгнуть с... договор на

передачу и продажу квартир, домов, в собственность граждан, принять квартиру... в муниципальную собственность" [6].

Однако абсолютно очевидно, что характеристика деприватизации как расторжения договора не выдерживает никакой критики с точки зрения доктрины и положений гражданского законодательства. Договор приватизации, который предусматривает обязательство одной стороны передать жилое помещение в собственность другой стороне, давно исполнен, и, как справедливо отмечает, в частности, И.А. Сапронова, "...исполненный договор приватизации нельзя расторгнуть, поскольку обязательство по нему уже прекратилось в момент передачи жилого помещения" [7, с. 8].

Добавить к этому можно лишь то, что отказ от подобного понимания деприватизации исключает и дискуссии о сохранении/несохранении права на приватизацию после того, как лицо воспользуется своим правом на расприватизацию жилого помещения. Коль скоро договор приватизации исполнен, то субъектом уже было реализовано право на приватизацию, которое не может быть "реанимировано" после возвращения жилого помещения в публичную собственность.

Наиболее приемлемой является позиция, в соответствии с которой деприватизация - это один из способов отказа от права собственности на жилое помещение. Причем если до 2002 года речь шла о заключении самостоятельного договора о передаче жилого помещения из частной собственности в собственность публичную, то в настоящее время о заключении договора "деприватизации" в законодательстве и судебной практике не упоминается. Другими словами, для последующего заключения с лицом договора социального найма жилого помещения не требуется достижения соглашения между сторонами, а достаточно одностороннего волеизъявления собственника о передаче жилого помещения в публичную собственность. Участие органа местного самоуправления и иных уполномоченных лиц сводится лишь к проверке соблюдения установленных в законодательстве условий для расприватизации жилого помещения.

Вместе с тем характеристика деприватизации как отказа от права собственности несколько не вписывается в общепринятые в доктрине его характеристики. Так, в юридической литературе отмечается, что при отказе от права собственности (в отличие от отчуждения имущества) собственник выражает волю на прекращение права собственности без указания правоприобретателя, а приобретение права собственности в случае отказа от права собственности является первоначальным способом приобретения права собственности [2, с. 25]. Другими словами, при отказе от права собственности отсутствует правопреемство.

При анализе норм законодательства о деприватизации обнаруживаются следующие моменты, подлежащие оценке и обсуждению:

- законодательство прямо запрещает передавать в муниципальную и государственную собственность жилые помещения, обремененные правами

третьих лиц;

- законодательство не учитывает волю публичного образования при принятии жилого помещения в муниципальную собственность;

- воля собственника направлена не на передачу жилого помещения другому лицу, а на прекращение права собственности.

Указанные особенности закрепленной законодательством процедуры деприватизации позволяют обратить внимание, что указанной процедуре одновременно присущи черты как такого основания прекращения права собственности, как "отчуждение имущества", так и такого основания, как "отказ от права собственности". Установление субъекта, которому жилое помещение будет передано от частного собственника; фиксирование запрета на передачу жилого помещения, обремененного правами третьих лиц, свидетельствуют о том, что деприватизация может рассматриваться как одно из оснований отчуждения имущества собственника по правилам, установленным законодательством о приватизации. Вместе с тем закрепление правил об автоматическом возникновении права собственности у публичных образований; отсутствие необходимости волеизъявления публичных образований на возникновение у них права собственности (более того - принудительное возникновение права публичной собственности); достаточность одностороннего волеизъявления физического лица подтверждают, что деприватизации присущи элементы отказа как особого основания прекращения права собственности. Нельзя и не отметить, что при отказе от права собственности, согласно ст. 236 ГК РФ, субъект должен действовать без намерения сохранить какие-либо права в отношении данного имущества. Однако при расприватизации физические лица желают отказаться от всех правомочий и долженствований собственника, но при этом желают возвращения иного субъективного права на жилое помещение - права нанимателя и членов его семьи по договору социального найма.

Вышеуказанное свидетельствует, несомненно, об особом месте деприватизации в системе оснований прекращения права собственности. Не будет этот вывод противоречить и ст. 235 ГК РФ [1], где указано, что право собственности на имущество прекращается при отчуждении собственником своего имущества, отказе собственника от права собственности на имущество ...при утрате права собственности на имущество в иных случаях, предусмотренных законом". Однако бесспорно и то обстоятельство, что для применения правовых последствий, связанных с процедурой деприватизации, которые отсутствуют в тексте законодательных актов, регулирующих данный процесс, необходимо либо доктринально обосновать их применение для нового (специфического) основания прекращения права собственности, либо как минимум констатировать его сходство с иными основаниями для обоснования возможности использования аналогии закона. Другими словами, следует ответить на вопрос о первоначальном или производном характере деприватизации как основании прекращения права собственности, а также оценить возможность применения иных механизмов,

установленных для прекращения права собственности в гражданском законодательстве.

Деприватизацию, на наш взгляд, следует рассматривать как собирательную категорию, которая включает в себя два самостоятельных правовых явления: отказ от права собственности и заключение договора в обязательном порядке. Физические лица, при соблюдении установленных в законодательстве условий, вправе отказаться от права собственности на жилое помещение. При наличии указанного юридического факта (отказа) у них возникает право требовать заключения договора социального найма в отношении данного жилого помещения.

Деприватизация как отказ от права собственности, бесспорно, обладает особыми чертами: применима не ко всем собственникам жилого помещения, сопровождается необходимостью выполнения определенных условий. Однако наиболее важные черты расприватизации все же свидетельствуют о возможности подобной характеристики. Речь идет об одностороннем волеизъявлении собственников, направленном на прекращение права собственности без намерения передать указанное право определенному лицу; об отсутствии намерения сохранить не только право собственности на это имущество, но и иные права, возникшие в отношении данного объекта в период обладания правом собственности; о достаточности волеизъявления собственников для прекращения их права собственности на жилое помещение.

Деприватизация как заключение договора социального найма в обязательном (принудительном) порядке вполне вписывается в систему не только жилищного законодательства или законодательства о приватизации, но также не противоречит и общему смыслу гражданского законодательства. Дело в том, что принудительное возникновение права публичной собственности далеко не редкость норм частного права, что объясняется, как правило, социальной ролью государства. Нормы о выморочном имуществе, о находке и безнадзорных животных, об отказе от права собственности на земельный участок - наглядный пример возникновения права публичной собственности при отсутствии волеизъявления данных субъектов. В этом смысле деприватизация лишь пополняет указанный перечень без необходимости обоснования правильности и обоснованности закрепления подобных норм.

Соответственно, процесс деприватизации жилого помещения может быть представлен следующим образом: отказ от права собственности - проверка со стороны будущих собственников условий, при которых отказ возможен, - оформление права публичной собственности на жилое помещение - заключение договора социального найма [8, с. 38].

Подобная характеристика деприватизации позволяет сформулировать ответы на вопросы, которые наиболее часто возникают в связи с последствиями расприватизации. Во-первых, право на приватизацию у всех участвовавших в ней лиц использовано и никакого "возвращения в

первоначальное положение" не происходит. Повторное заключение договора социального найма не дает оснований по действующему в настоящий момент законодательству для возможности бесплатного участия в приватизации. Во-вторых, отказ от права собственности не производен от того договора приватизации, который был первоначально заключен, а потому не считаем возможным ограничивать в праве на расприватизацию лиц, приобретших жилое помещение по договору купли-продажи или иным основаниям (например, наследования). Более того, законодатель установил, что правом на расприватизацию обладают лица, ранее участвовавшие в приватизации, не привязывая возможность отказа ни к конкретному жилому помещению, ни к конкретному договору социального найма. Другими словами, в законодательстве отсутствует основание для отказа в расприватизации жилого помещения, которое никогда до этого момента не находилось в публичной собственности. Условие об отсутствии обременений - это преграда для злоупотреблений со стороны собственников, желающих отказаться от права собственности на объект и прекратить тем самым все обременения в отношении жилого помещения.

Промежуточные выводы, сделанные в данной работе, безусловно, нуждаются в дальнейшем обосновании и развитии. Отдельного анализа заслуживают условия расприватизации и их анализ с позиции правоприменения, поскольку складывающаяся судебная практика по данному направлению достаточно противоречива.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ: по сост. на 01 октября 2015 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1994. - N 32. - Ст. 3301.
2. Имекова М.П. Отказ от права собственности на земельный участок в системе оснований прекращения права собственности на землю / М.П. Имекова // Актуальные проблемы российского права. – 2013. - N 11. – С. 25-27.
3. Макеев П.В. Последствия приватизации и деприватизации жилых помещений / П.В. Макеев // Нотариус. - 2011. - N 2. - С. 42 – 44.
4. Радченко С. Последствия деприватизации жилья / С. Радченко // Российская юстиция. - 2012. - N 12. - С. 22 - 23.
5. Решение Ирбитского районного суда Свердловской области от 31 июля 2013 года. Дело N 2-598/2013 [Электронный ресурс] // РосПравосудие [сайт]. - URL: rospravosudie.com.
6. Решение Орехово-Зуевский городской суд Московской области от 23 ноября 2010 года. Дело N 2-886\10 [Электронный ресурс] // РосПравосудие [сайт]. - URL: rospravosudie.com.
7. Сапронова И.А. Деприватизация жилья / И.А. Сапронова // Право и политика. - 2014. - N 8. – С. 8-12.
8. Суслова С.И. Отказ от права собственности на приватизированное жилое помещение / С.И. Суслова // Нотариус. - 2015. - N 1. - С. 37 - 40.

Банашко В.Ю.
студент магистратуры ИДО
Тюменский государственный университет
Магистерская программа
"Гражданское право, семейное право,
международное частное право»
Россия, г. Тюмень

СУДЕБНЫЕ СПОРЫ ОТНОСИТЕЛЬНО ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ НА ЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ

АННОТАЦИЯ

В жилищных спорах, рассматриваемых судами общей юрисдикции, часто возникают вопросы признания права собственности на жилые помещения, в том числе на самовольно построенные, вопросы предоставления жилого помещения взамен изымаемого, а также вопросы, связанные с пользованием жилым помещением, полученным в наследство.

ABSTRACT

In housing disputes before the courts of General jurisdiction, there are often issues of recognition of property rights on the dwelling, including illegally constructed, the provision of residential areas instead of withdrawn, as well as issues related to the use of residential premises inherited.

Ключевые слова: право собственности, самовольная постройка, наследование, встречные иски, имущество, жилое помещение.

Key words: ownership, unauthorized construction, inheritance, counter-claims, property, dwelling.

Наиболее эффективным способом защиты прав при предъявлении органами местного самоуправления исков о сносе самовольных построек является предъявление встречных исков о признании права собственности на них.

Городская администрация обратилась в суд с исковым заявлением к четырем ответчикам о сносе самовольных построек - двух восьмиэтажных жилых домов общей площадью 1780 кв. м каждый.

Ответчики в свою очередь обратились в суд со встречным иском о признании права долевой собственности на жилые дома, в принятии которого судом было отказано.

Судом первой инстанции исковые требования администрации были удовлетворены, в связи с чем ответчики обратились в суд с апелляционной жалобой.

Судебная коллегия краевого суда при рассмотрении жалобы указала, что встречный иск к администрации о признании права долевой собственности производен от первоначально заявленного иска, способствует более правильному разрешению возникших спорных правоотношений и поэтому нашла возможным разрешить взаимные требования сторон с учетом встречного иска.

Коллегией судей было установлено, что на период возведения жилых

объектов ответчики являлись членами ПЖСК "Акватория", а после создания трехэтажных жилых домов вышли из состава его членов и собственными средствами осуществили реконструкцию жилых домов путем надстройки дополнительных пяти этажей. Реконструкция при этом была выполнена в границах земельных участков по аналогичным рабочим проектам, но без получения в установленном порядке разрешения на строительство и без прохождения государственной экспертизы проектной документации, что влечет в силу части 1 статьи 222 Гражданского кодекса РФ признание созданных в результате реконструкции многоквартирных жилых домов самовольными постройками.

Ответчики по вопросу легализации спорных строений обращались в администрацию, однако департамент архитектуры и градостроительства отказал им в разрешении данного вопроса. Ответчиками также был заказан и изготовлен в ООО "Прагма" рабочий проект спорных жилых домов, в соответствии с которым осуществлялось строительство.

Из заключения эксперта, составленного по результатам проведенной судебной строительно-технической экспертизы, следовало, что возведенные ответчиками жилые дома находятся в границах выделенных земельных участков, соответствуют требованиям надежности и безопасности, поскольку отвечают противопожарным, санитарным, эпидемиологическим, экологическим, строительным и градостроительным нормам и правилам и не создают угрозу жизни и здоровью граждан, не нарушают права и охраняемые законом интересы третьих лиц.

Кроме того, основное разрешенное использование принадлежащих ответчикам на праве субаренды земельных участков не противоречит назначению созданных ими объектов недвижимости, в связи с чем судебная коллегия отменила решение районного суда и удовлетворила встречные исковые требования о признании долевой собственности на жилые дома в полном объеме [1].

Не всегда такой способ защиты ответчика, как встречный иск, помогает отстоять свои права и законные интересы в суде. Приведем один пример.

Администрация муниципального образования "Город Салехард" (далее - администрация) обратилась в суд с иском к П.П.П. о прекращении права собственности на жилое помещение, установлении выкупной стоимости изымаемого жилого помещения, возложении обязанности по заключению соглашения о выкупе жилого помещения.

В обоснование иска было указано, что квартира принадлежит на праве собственности ответчику; распоряжением администрации многоквартирный дом, где расположена спорная квартира, был признан аварийным и подлежащим сносу. В 2013 году администрацией были изданы распоряжения об изъятии земельного участка под многоквартирным домом и жилых помещений в нем, а ответчику предъявлено требование о сносе жилого помещения, которое он исполнить отказался, как и от

предложенного варианта денежной компенсации за изымаемое жилое помещение, и от предоставления взамен выкупной цены однокомнатной благоустроенной квартиры. Поскольку соглашение о выкупной цене достигнуто не было, такая цена подлежит установлению в судебном порядке.

П.П.П. обратился с встречным иском к администрации о возложении обязанности по предоставлению (по договору мены) однокомнатной благоустроенной квартиры взамен изымаемой (с учетом уточнений).

Судом первой инстанции иск администрации был удовлетворен, в связи с чем ответчик по первоначальному иску обратился в суд с апелляционной жалобой, в которой он указал, что изымаемая квартира является двухкомнатной и приобреталась им с целью проживания членов семьи собственника; дом, где расположена квартира, не по вине ответчика пришел в негодность, а установленная судом выкупная цена не позволит приобрести другое жилое помещение.

Судебная коллегия оставила решение городского суда в законной силе и указала следующее.

В соответствии с частью 8 статьи 32 Жилищного кодекса РФ [4] предоставление собственнику жилого помещения взамен изымаемого другого жилого помещения допускается только по соглашению сторон, которое, как следует из материалов дела, достигнуто не было. Из материалов дела также не следует, что упомянутый аварийный многоквартирный дом включен в адресную программу по переселению граждан.

Из представленной администрацией информации также следует, что ответчик и члены его семьи на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях граждан не состоят, таким образом, применительно к указанным законоположениям и пункту 20 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 02.07.2009 N 14 "О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при применении ЖК РФ" [8], суд не вправе обязать орган местного самоуправления обеспечить собственника изымаемого жилого помещения другим жилым помещением, поскольку на орган местного самоуправления, принявший решение об изъятии жилого помещения, возлагается обязанность лишь по выплате выкупной цены изымаемого жилья. Следовательно, ввиду отсутствия соглашения сторон встречные исковые требования о понуждении администрации предоставить иное жилое помещение были правомерно судом первой инстанции оставлены без удовлетворения. При этом в судебном заседании было установлено, что ответчик и его семья фактически проживают в другом жилом помещении.

Судебная коллегия также не согласилась с доводами апелляционной жалобы о том, что установленная судом выкупная цена не позволит приобрести другое жилое помещение, поскольку рыночная стоимость спорной квартиры была определена на основании отчета нанятого ответчиком независимого оценщика, который ответчик в ходе судебного разбирательства не оспаривал [3].

Большое количество споров, рассматриваемых в настоящее время судами, возникает в отношении жилых помещений, полученных в порядке наследования, и прав пользования в отношении таких помещений.

М.Г.А. обратилась суд с иском к Н.А.Г., в котором просила обязать ответчика не чинить препятствий в пользовании жилым помещением. В обоснование своих требований она указала, что постоянно зарегистрирована и проживала в жилом помещении с отцом, которому спорное домовладение принадлежало на праве собственности. После его смерти она временно выехала из жилого дома, завещанного отцом истицы его внуку, который спорный дом позднее продал ответчику.

Считает, что ее регистрация в спорном доме свидетельствует о ее праве пользования спорным домом и в результате действий ответчика она лишена возможности проживать в доме, который является ее единственным местом жительства.

Н.А.Г. обратился в суд со встречным иском к М.Г.А. о признании ее прекратившей право пользования жилым помещением, указав, что он поддерживает данный дом в пригодном для жилья состоянии, посещает его и несет бремя его содержания. Поскольку ответчица по встречному иску добровольно выехала на другое постоянное место жительства, Н.А.Г. полагал, что имеются основания для признания ее прекратившей право пользования жилым помещением по основанию, предусмотренному частью 2 статьи 292 Гражданского кодекса РФ.

Решением городского суда М.Г.А. было отказано в удовлетворении иска о нечинении препятствий в пользовании жилым помещением и удовлетворен встречный иск Н.А.Г. к М.Г.А. о признании ее прекратившей право пользования спорным жилым помещением.

Судебная коллегия областного суда по результатам рассмотрения апелляционной жалобы М.Г.А. не нашла оснований для отмены решения суда первой инстанции и указала, что суд первой инстанции, применяя к рассматриваемым правоотношениям положения части 2 статьи 292, статьи 304 Гражданского кодекса РФ, пришел к обоснованному выводу о наличии оснований для прекращения права пользования М.Г.А. жилым помещением в связи с добровольным выездом истца из спорного жилого помещения, отсутствием соглашений с правопреемником (внуком наследодателя) и собственником Н.А.Г. и отказе в удовлетворении иска М.Г.А. о нечинении препятствий в пользовании жилым помещением.

Судебная коллегия также указала, что завещание отца М.Г.А. недействительным не признавалось, не оспаривалось, доказательств составления в последующем иного завещания, а также наличия иных наследников суду не представлено; государственная регистрация договора купли-продажи и переход права собственности к Н.А.Г. на указанные дом и земельный участок произведена, а ссылка М.Г.А. на то, что регистрация в спорном доме свидетельствует о праве пользования спорным домом, является ошибочной, так как регистрация по месту жительства является

административным актом и не порождает правоотношения по пользованию жилым помещением [2].

В практике российских судов есть достаточно странные примеры отказов в принятии встречных исков, которые вместе с решениями судов первой инстанции безуспешно обжаловались ответчиками. Приведем один пример.

Истцы на основании статей 209, 301 Гражданского кодекса РФ обратились в суд с иском к В.И.Н. об истребовании из ее владения квартиры путем ее выселения, мотивировав свои требования тем, что им принадлежит по 1/2 доли в праве собственности на данную квартиру.

Истцы указали, что в 2004 году квартира была предоставлена В.И.Н. для проживания на 8 лет, при этом никакой договор не составлялся, а в ноябре 2012 года после истечения данного срока ими было направлено уведомление ответчице с просьбой освободить жилое помещение, однако до настоящего времени данное требование ответчицей не выполнено, чем нарушаются их права как собственников.

Определением районного суда в качестве ответчицы также была привлечена проживающая в квартире В.О.М.

Ответчицы не были согласны с исковыми требованиями и указали, что право истцов на спорное жилое помещение основано на недействительных (мнимых) сделках (договоре социального найма от <...> года и договоре на передачу квартиры в собственность граждан от <...> года), поскольку истцы с 2003 года выехали из спорного жилого помещения и проживали по иному адресу. С момента выезда у них прекратилось право пользования данным жилым помещением.

Ответчицы также указали, что для приобретения в собственность спорной квартиры В.И.Н. по объявлению в газете была найдена квартира, в качестве контактных данных было указано МП ЖСК "Москва", где В.И.Н. выяснила, что желающими продать (переоформить право пользования спорной квартирой) являются истцы, которые намерены переехать в большую жилую площадь, но на это им нужны деньги. Позднее ответчица В.И.Н. в качестве аванса передала денежные средства в размере <...> рублей на счет одного из истцов.

Ответчиками в порядке статей 137, 138 Гражданского процессуального кодекса РФ также был предъявлен встречный иск о признании данных сделок недействительными, который не был принят судом.

Решением районного суда исковые требования были удовлетворены в полном объеме, в связи с чем ответчики обратились в суд с апелляционной жалобой.

Судебная коллегия областного суда не согласилась с доводами ответчиков и указала, что непринятие судом первой инстанции встречного иска о признании сделок недействительными в порядке статей 137, 138 Гражданского процессуального кодекса РФ не может служить основанием для отмены решения суда, а довод о том, что суд не приостановил

производство по делу на основании абзаца 5 статьи 215 Гражданского процессуального кодекса РФ, является необоснованным, поскольку обращение ответчиков в правоохранительный орган с заявлением о возбуждении уголовного дела в отношении истцов по факту совершения ими мошенничества в отношении спорной квартиры по смыслу статьи 215 Гражданского процессуального кодекса РФ не может служить основанием для приостановления производства по настоящему гражданскому делу.

Судебная коллегия обратила внимание на то, что Гражданским процессуальным кодексом РФ предусмотрено право обжаловать те определения, которые исключают возможность дальнейшего движения дела (пункт 2 части 1 статьи 331), применительно к институту встречного иска определение об отказе в принятии встречного иска рассматривается как преграждающее дальнейшее движение дела (при этом под делом следует понимать производство, которое должно было быть возбуждено на основании встречного иска и рассмотрено одновременно с первоначальным иском).

Из материалов дела видно, что В.И.Н. Определение Ленинского районного суда города Кемерово от 07.05.2013, которым ей было отказано в принятии встречного иска, не обжаловала, договор социального найма и договор на передачу квартиры в собственность граждан в установленном законом порядке недействительными признаны не были [6, с. 101].

Приведенные доводы областного суда являются спорными, поскольку согласно абзацу 3 пункта 10 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2008 N 13 "О применении норм ГПК РФ при рассмотрении и разрешении дел в суде первой инстанции" определение об отказе в принятии встречного иска по мотивам отсутствия условий, предусмотренных статьей 138 Гражданского процессуального кодекса РФ, отдельно в суд апелляционной или кассационной инстанции не обжалуется.

Есть примеры и вполне обоснованных, на наш взгляд, определений об отказе в принятии встречных исков.

Истица обратилась в суд с иском о прекращении общей совместной собственности на квартиру, приобретенную в период брака, и определении долей, поскольку ответчик отказывался добровольно заключить соглашение об изменении правового статуса квартиры на общую долевую собственность.

Ответчик в свою очередь подал в суд встречный иск о разделе имущества бывших супругов, который не был принят судом первой инстанции.

Решением районного суда исковые требования были удовлетворены, в связи с чем ответчик обратился в областной суд с кассационной жалобой, в которой было указано, что в период брака с ответчиком истица не работала по неуважительным причинам и расходовала денежные средства ответчика вопреки интересам семьи, в связи с чем в праве собственности на спорную квартиру его доля должна быть увеличена. Ответчик также указывал на то,

что суд первой инстанции необоснованно не принял его встречное исковое заявление.

Как указала впоследствии при рассмотрении кассационной жалобы ответчика судебная коллегия областного суда, при определении долей в праве собственности на спорную квартиру иск о разделе имущества не мог исключить полного или частичного удовлетворения иска об определении долей, поскольку квартира была приобретена сторонами в совместную собственность, истица наравне в ответчиком являлась стороной в договорах, на основании которых было зарегистрировано их право на спорную квартиру, указанный правовой режим совместной собственности был установлен сторонами добровольно [5].

Приведенные примеры говорят о необходимости изучения существующей судебной практики по жилищным делам, связанной в том числе и с предъявлением встречных исков, - это поможет сохранить силы и время.

Кроме того, невозможно не заметить комплексный (межотраслевой) характер отрасли жилищного права, которая содержит как нормы гражданского права (преимущественно), так и нормы административного и даже семейного права (например, нормы об общей совместной собственности супругов и ее разделе). По этой причине мы посчитали необходимым привести в настоящей статье практику рассмотрения судами встречных исков именно в такой плоскости.

Отмечая комплексный характер жилищного законодательства и отрасли, имеющей собственный предмет регулирования, заслуженный юрист РФ В.Н. Литовкин утверждает, что "острота жилищной проблемы не только осталась, но и усилилась, причины сохранения обособленности жилищного законодательства остались прежними, отражающими усложнение общественных отношений" [7, с. 48].

Использованные источники:

1. Апелляционное определение Краснодарского краевого суда от 14 марта 2013 г. N 33-9899/2013 // Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультат Плюс» (дата обращения 20.11.2015).
2. Апелляционное определение Ленинградского областного суда от 15 января 2014 г. N 33-111/2014 // Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультат Плюс» (дата обращения 20.11.2015).
3. Апелляционное определение суда Ямало-Ненецкого автономного округа от 02 декабря 2013 г. N 33-2637/2013 // Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультат Плюс» (дата обращения 20.11.2015).
4. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. N 188-ФЗ: по сост. на 30 августа 2015 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2005. - N 1 (часть 1). - Ст. 14.

5. Кассационное определение Самарского областного суда от 07 февраля 2011 г. N 33-1136 // Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультат Плюс» (дата обращения 20.11.2015).
6. Лейба А. Практика рассмотрения судами встречных исков в спорах, касающихся права собственности на жилые помещения / А. Лейба // Жилищное право. - 2014. - N 9. - С. 101 - 111.
7. Литовкин В.Н. Жилищное законодательство и Концепция развития гражданского законодательства / Литовкин В.Н. // Журнал российского права. - 2010. - N 1. - С. 48-50.
8. О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при применении Жилищного кодекса Российской Федерации: Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 02 июля 2009 г. N 14 // Российская газета. - 2009. - N 123.

Безгодкова Л.С.
студент 3го курса
НИУ "БелГУ"
Институт управления
Россия, г. Белгород

АКТИВИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РОССИИ КАК УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПОТРЕБНОСТИ

Аннотация

В статье обосновывается необходимость активизации государственного регулирования экологической ситуации в Российской Федерации. Автор анализирует существенные меры Правительства РФ, направленные на защиту окружающей среду от негативного влияния, и вносит предложения, позволяющие проводить более активную государственную экологическую политику на современном этапе.

Ключевые слова

Экологическая проблема, государственное регулирование, общественные потребности, Российская Федерация.

Технологическая деятельность населения РФ приводит к тому, что природа медленно, но уверенно приближается к своей роковой черте – экологическому кризису. Безусловно, человечество не может не развиваться, и прогрессивные преобразования неизбежны, но в этом случае люди должны прийти к компромиссному решению: совершенствуя и в дальнейшем условия своей жизни, всё же осознавать, что опасность, складывающаяся в сфере экологии, существует, а, следовательно, необходимо менять направления своей деятельности, идущие в разрез с интересами экологии.

Экологическая проблема в России является одной из самых важных и значимых на сегодняшний день, в связи с этим возникает необходимость в усилении государственного регулирования деятельности общества и предприятий в сфере экологии и принятии правительством РФ

дополнительного комплекса мер по охране окружающей среды, что и обуславливает актуальность нашего исследования.

Мнения исследователей об усилении государственного регулирования в сфере экологии различны. Так Н.В. Кичигин предлагает активизировать организационно-исполнительский, правоприменительный механизм, а не принимать новые правовые акты7 для устранения проблем в сфере экологии. По мнению исследователя, «подготовка и принятие недействующих законов создают иллюзию деятельности и, там самым, приводят население к разочарованию»8.

Об экологических проблемах и вопросах государственного регулирования говорится и в правовом мониторинге, который проводила профессор кафедры экологического и земельного права МГУ им. М.В. Ломоносова доктор юридических наук М.И. Васильева. Так на основе данных своего исследования она указывает направления совершенствования экологического законодательства. По её мнению, совершенствования в области экологии должны иметь как общий характер, в частности разработка проекта Экологического кодекса, так и частный – совершенствование отдельных институтов экологического права и законодательства9. М.И. Васильева заявляет о том, что необходимость в осуществлении экологической функции государством появляется тогда, когда возникает общественная потребность в решении задач природопользования и охраны окружающей среды10.

В РФ самостоятельные подходы к классификации основных принципов экологического права как отрасли права выработаны в эколого-правовой науке. По мнению С.А Боголюбова, принципы правовой охраны окружающей среды можно подразделить на гуманитарные, управленческие и экономические11.

В сборнике научных статей Голиченкова А.К. говорится о том, что экологическая функция государства выполняется через соответствующие экономические, организационные, правовые (юридические) механизмы. Правовой механизм экологической функции государства служит средством реализации экологической функции права, возникновение и развитие которого - это результат развития и углубления общественных противоречий между обществом и природой, результат осознания потребности и необходимости значительного расширении юридического вмешательства в

---

[7] Кичигин, Н. В. К38 Экологическое право: краткий курс лекций / Н. В. Кичигин, М. В. Пономарев, Н. И. Хлуденева. – 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011. – С. 108.

[8] Там же. – С. 110

[9] Васильева М.И. К экологическому правопониманию (аксиологические аспекты) // Экологическое право России. Сборник материалов научно-практическихконференций. Выпуск четвёртый. 2002 / Составители: А.К. Голиченков, И.А. Игнатьева, А.О. Миняев; Под ред. А.К. Голиченкова. М.: Юридический институт МИИТа, 2003.

[10] Там же. – С. 95

[11] Экологическое право: учебник. — М.: ТК Велби; Проспект, 2008. — С. 42.

регулирование отношений по охране и использованию природной среды12.

Проанализировав работы исследователей в области государственного регулирования экологической ситуации в РФ, можно прийти к следующему выводу: данная проблема изучена не полностью и требует дальнейшего рассмотрения.

Государственное регулирование экологической ситуации – это совокупность административных, законодательных и экономических мер, способствующих решению задач о рациональном природопользовании. Такое регулирование опирается на предупредительный и текущий контроль, задачей которого является недопущение вредной для окружающей среды хозяйственной деятельности.

В РФ экологическую ситуацию регулируют следующие органы власти:

- Президент РФ
- Правительство РФ
- Правительство субъектов РФ
- органы местного самоуправления

Следует сконцентрировать внимание на том, что полномочия Президента в области экологического регулирования регламентируются Конституцией и федеральными законами.

Экологическое регулирование проводится Правительством РФ и Правительством субъектов РФ следующим образом: путём соблюдения утверждённых проектов, контролем за исполнением нормативных правовых актов, путём отмены противоречащих Конституции РФ принятых министерствами и ведомствами актов.

Государственный комитет РФ по земельным ресурсам и землеустройству, Федеральное агентство лесного хозяйства РФ, Министерство природных ресурсов и экологии РФ, являясь органами государственной власти по регулированию экологической ситуации13, осуществляют свою деятельность, используя такие методы государственного регулирования, как административно-контрольные и экономические. Именно эти методы, по нашему мнению, помогают органам государственной власти наиболее точно прогнозировать экологические угрозы и с опорой на прогнозы планировать и составлять программы природоохранной деятельности.

На наш взгляд, государственное регулирование экологической ситуации в первую очередь должно быть направлено на понимание обществом ответственности перед будущим поколением за сохранность окружающей среды. Следовательно, деятельность органов государственной

---

[12] Голиченков А.К. Экологическое законодательство России: понятие, состояние, развитие // Экологическое право России на рубеже XXI века. Сборник научных статей преподавателей и аспирантов кафедры экологического и земельного права юридического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, посвященный памяти профессора В.В. Петрова / Составители: А.К. Голиченков, Т.В. Петрова; Под ред. А.К. Голиченкова. М.: Зерцало, 2000.

[13] Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993 года, с изменениями и дополнениями от 30 декабря 2008 года [Текст] // Российская газета. – 2009. – № 7 (4831) – 21 января.

власти должна опираться на информационное обеспечение населения. Ведь только осознание человеком необходимости защиты окружающей среды способно стать той отправной точкой, которая заставит многих сознательных граждан РФ не только подчиняться правилам и законам в области экологической защиты, но и самим вести пропаганду рационального природопользования.

С этой целью в нашей стране разъяснительная работа в области экологии начинает проводиться уже в дошкольных учреждениях. Ведь в современных условиях проблема экологического воспитания дошкольников приобретает особую остроту и актуальность. Это связано с тем, что именно в этот период у детей происходит становление человеческой личности, формируются задатки экологической культуры.

Участие в различных экологических проектах пробуждает в детях интерес к живой природе, воспитывает у них любовь к ней, учит беречь окружающий мир. Так с 2014 по 2015 гг. дошкольные учреждения России участвовали в проекте «Наши пернатые друзья». И этот проект, показав детям, какую пользу и радость приносят людям птицы, создал условия для общения ребёнка с миром природы.

Органы государственной власти с цель профилактики экологических проблем финансировали в 2015 г. городские открытые конференции исследовательских работ школьников «Юный исследователь природы – 2015». Отчётами организаций о проведении таких конференций стали выпущенные ими сборники научных статей.

Итак, проанализировав, каким образом в РФ происходит усиление государственного регулирования экологической ситуации, мы пришли к выводу, что для устранения экологических проблем, наряду с другими мерами, направленными на предотвращение экологического кризиса в стране, принятие новых правовых актов является необходимым условием усиления государственного экологического контроля. Но, принимая новые законы об охране окружающей среды, органы государственной власти должны сделать всё от них зависящее, чтобы вновь принятые законы были действующими, а значит, - не разочаровывали общество. Следовательно, усилить государственный контроль необходимо не только за принятием новых административно-правовых актов, но и за тем, как выполняются ранее принятые и только появившиеся законы об охране окружающей среды в различных регионах страны.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993 года, с изменениями и дополнениями от 30 декабря 2008 года [Текст] // Российская газета. – 2009. – № 7 (4831) – 21 января.

2. Васильева М.И. К экологическому правопониманию (аксиологические аспекты) // Экологическое право России. Сборник материалов научно-практическихконференций. Выпуск четвёртый. 2002 / Составители: А.К. Голиченков, И.А. Игнатьева, А.О. Миняев; Под ред. А.К. Голиченкова. М.:

Юридический институт МИИТа, 2003.
3. Голиченков А.К. Экологическое законодательство России: понятие, состояние, развитие // Экологическое право России на рубеже XXI века. Сборник научных статей преподавателей и аспирантов кафедры экологического и земельного права юридического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, посвященный памяти профессора В.В. Петрова / Составители: А.К. Голиченков, Т.В. Петрова; Под ред. А.К. Голиченкова. М.: Зерцало, 2000.
4. Кичигин, Н. В. К38 Экологическое право: краткий курс лекций / Н. В. Кичигин, М. В. Пономарев, Н. И. Хлуденева. – 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011.
5. Экологическое право: учебник. — М.: ТК Велби; Проспект, 2008.

Бесчастнова О.В., к.ю.н.
зав. кафедрой международного права
Ванькова И.В.
магистрант
юридический факультет
Астраханский государственный университет
Россия, г. Астрахань

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

Среди глобальных проблем современности, от решения которых зависит дальнейшее развитие мирового сообщества в новом столетии, одной из самых острых является проблема коррупции. Приобретшая в условиях глобализации новое качество, выражающееся, в частности, в ее транснациональных формах, коррупция является серьезнейшим противоречием глобализации, одним из вызовов мировому развитию. Исключительную опасность для международной безопасности представляет тесная связь коррупции с транснациональной организованной преступностью, обеспечивающая последней благоприятные условия существования и многократно повышая ее жизнестойкость.

Несмотря на общепризнанность международного характера коррупции, следует констатировать, что средства борьбы с ней остаются преимущественно национальными, объединение усилий государств по борьбе с данным явлением происходит медленно, деклараций на международном и национальном уровнях пока явно больше, чем реальных действий. Крайне труден процесс реализации международных инициатив и унификации национального законодательства об ответственности за коррупцию. Серьезным тормозом международного сотрудничества является доминирование на национальном уровне коррумпированных элит, оказывающих сопротивление международным антикоррупционным усилиям.

Приближение российского законодательства к международным

стандартам, имплементация положений международных документов в такой принципиально важной области, как борьба с коррупцией, является выражением главнейшей линии политики российского государства, направленной на интеграцию России в сообщество цивилизованных государств.

В целом в международном праве нет единообразного подхода к определению понятия коррупции. В ряде документов дается четкая формулировка данного деяния, очерчиваются правовые рамки явления, в других случаях такое определение отсутствует, содержится лишь перечень коррупционных правонарушений.[5; 61]

Первым международным документом, определяющим понятие коррупции, стал Кодекс поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка, принятый Генеральной Ассамблеей ООН 17 декабря 1979.[4] В Кодексе указывается, что «хотя понятие коррупции должно определяться в соответствии с национальным правом, следует понимать, что оно охватывает совершение или несовершение какого-либо действия при исполнении обязанностей или по причинен этих обязанностей в результате требуемых или принятых подарков, обещаний стимулов или их незаконное получение всякий раз, когда имеет место такое действие или бездействие».

В приятой в 2003 году Конвенции ООН о коррупции указывается, что государства обеспокоены серьезностью порождаемых коррупцией проблем и угроз для стабильности и безопасности общества, что подрывает демократические институты и ценности, этические ценности и справедливость и наносит ущерб устойчивому развитию и правопорядку, а также связями между коррупцией и другими формами преступности, в частности организованной преступностью и экономической преступностью, включая отмывание денежных средств.[1]

Анализ международно-правовых документов показывает тенденцию к расширению спектра деяний, относимых ими к числу коррупционных. Составы коррупционных преступлений в конвенциях отличаются предельно широким формулированием объективной стороны деяний. Также широко понимается в международных конвенциях и понятие должностного лица.

Так, в Конвенции ООН о коррупции «публичное должностное лицо означает:

1) любое назначаемое или избираемое лицо, занимающее какую-либо должность в законодательном, исполнительном, административном или судебном органе Государства-участника на постоянной или временной основе, за плату или без оплаты труда, независимо от уровня должности этого лица;

2) любое другое лицо, выполняющее какую-либо публичную функцию, в том числе для публичного ведомства или публичного предприятия, или предоставляющее какую-либо публичную услугу;

3) любое другое лицо, определяемое в качестве «публичного должностного лица» во внутреннем законодательстве Государства-

участника».[1]

Вместе с тем, нормы конвенций в большинстве своем являются «гибким», что позволяет учитывать особенности национального уголовного законодательства и правовых систем различных государств при имплементации соответствующих положений международного права в национальном законодательстве.

Согласно Конвенции ООН о коррупции относит к коррупционным преступлениям: активный и пассивный подкуп в публичном и частном секторах, подкуп иностранных должностных лиц и служащих международных организаций, злоупотребление служебным положением, хищение или нецелевое использование имущества публичным должностным лицом, воспрепятствование осуществлению правосудия, отмывание доходов от коррупции и др. Очевидно, что в основу Конвенции положен широкий взгляд на коррупцию, не сводимую ко взяточничеству, а включающую в себя широкий спектр корыстных служебных злоупотреблений. Отметим, что перечень коррупционных деяний в Конвенции ООН против коррупции значительно шире, чем в Конвенции Совета Европы, в частности, проект относит к коррупции иные, не связанные с подкупом должностные злоупотребления и хищения.

Согласно статье 8 Конвенции ООН против транснациональной организованной преступности от 15 ноября 2000 коррупцией признаются следующие деяния, когда они совершаются умышленно:

a) обещание, предложение или предоставление публичному должностному лицу, лично или через посредников, какого-либо неправомерного преимущества для самого должностного лица или иного физического или юридического лица, с тем чтобы это должностное лицо совершило какое-либо действие или бездействие при выполнении своих должностных обязанностей;

b) вымогательство или принятие публичным должностным лицом, лично или через посредников, какого-либо неправомерного преимущества для самого должностного лица или иного физического или юридического лица, с тем чтобы это должностное лицо совершило какое-либо действие или бездействие при выполнении своих должностных обязанностей.[2]

Несмотря на то, что за последние годы на различных уровнях сделаны значительные шаги в объединении государств в единый антикоррупционный фронт, международное сотрудничество в этой области в целом находится в стадии становления. На повестке дня сегодня стоит вопрос о выработке единой международной антикоррупционной политики, включающей в себя не только международно-правовые механизмы, но и широкий спектр мер, направленных на предупреждение коррупционных проявлений. Представляется, что выработка единого универсального понятия коррупции должно ознаменовать новый этап в формировании такой политики на глобальном уровне.

Использованные источники:

1. Конвенция ООН против коррупции от 31 октября 2003 г. (ратифицирована Федеральным законом от 8 марта 2006 г. № 40-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 2006. N 26. ст. 2780
2. Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности от 15 ноября 2000 г. (ратифицирована Федеральным законом от 26.04.2004 N 26-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 2004 N 40. ст. 3882
3. Конвенция Совета Европы об уголовной ответственности за коррупцию от 27 января 1999 г. (ратифицирована Федеральным законом от 25 июля 2006 г. № 125-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 18 мая 2009 г. N 20. Ст. 2394.
4. Кодекс поведения должностных лиц по поддержанию правопорядка (принят на 106-м пленарном заседании Генеральной Ассамблеей ООН 17 декабря 1978 г.)// Международная защита прав и свобод человека. Сборник документов.- М.: Юридическая литература, 1990. С. 319 - 325.
5. Бесчастнова О.В., Ванькова И.В. Понятие коррупционных преступлений в РФ //Современные концепции развития науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 1 августа 2015. Г. Уфа: Аэтерна, 2015.

Благинин В.А.
магистрант 1 курса
направление «Экономико-правовая безопасность»
Назаров А.Д.
студент 4 курса
направление «Бизнес-информатика»
Сулимин В.В., к.э.н.
профессор
кафедра «Государственного и муниципального управления»
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
Россия, г. Екатеринбург

К ВОПРОСУ О «НЕОСЯЗАЕМОСТИ» НОРМАТИВНОСТИ МОРАЛИ

Аннотация: Статья посвящена краткому экскурсу к пониманию авторами проблемы нормативности морали. Исследованы теоретические аспекты постановки проблемы и аналитические доказательства невозможности ее решения, путем введения положений о понятии о таком свойстве нормативности как неосязаемость.

Ключевые слова: мораль, нормы морали, нормативность морали, проблемы выбора, неосязаемость нормативности, неосязаемость

TO THE QUESTION OF " INTANGIBLE " NORMATIVE MORALITY

Abstract: The article is devoted to the understanding of the authors issue a brief tour of normativity of morality. Theoretical aspects of the problem and the

analytical evidence of the impossibility of its solution by introducing the concept of the provisions of such property as the inviolability of normativity.

Keywords: ethics, morality , normative ethics, the problem of choice , intangibility of normativity , intangibility

Проблематика «права» и «морали» один из основных предметов изучения множества научных направлений, в частности теории и истории государства и права. С семантическим анализом данной проблематики в своих работах приходится сталкиваться каждому: не только юристам, но и философам современной мысли, теоретикам в области экономики, естественно социологам. Углубленное исследование направлений связанных с терминологией норм, морали, права изначально связано с определением тонкой грани в трактовке таких понятий.

Во-первых, это связано с тем, что существует достаточно большое количество научных школ в их понимании, а во-вторых, многие всегда забывают, что существуют различия, например, в понятиях «норма морали», «моральная нормативность», «нормативность морали». Следовательно, начать стоит именно с них. *Моральная нормативность* в современном ее понимании это способность индивида адекватно воспринимать действительность и предначертанную для него роль в обществе, социальную роль. В свою очередь данный индивид способен осознавать свою роль и свой путь. Такая свобода при определении, что для человека хорошо, а что плохо называется моральным выбором, который в свою очередь находится в рамках *норм морали.* Как раз свойство воздействия морали на человека и есть нормативность, из чего следует что *нормативность морали* регулирует деятельность человека в более широком смысле.

Острота понимания грани между данными понятиями предопределяет проблемные вопросы в данной области. Вопросы, характеризующие уровень моральной нормативности индивида, отражают два основных компонента процесса социализации: восприятие морально-нравственных норм проведения и отношение к требованиям непосредственного социального окружения. Как видно, система предопределения человеком действий и некая движущая им сила и есть мораль [1].

Главной точкой преткновения является тот факт, а нормативна ли мораль сама по себе, есть ли возможность загнать такое явление в ощутимые рамки закона? Ответ естественно лежит на поверхности, главное - основы понимания, рациональность и детерминированность процесса. Другими словами, всего лишь требуется понять осуществляем ли мы нормированность в рамках разумного, либо мы говорим о нормативности морали с точки зрения непредсказуемого, неосмысленного.

Само лишь понятие морали имеет уже столь значительный объем значений и коннотаций, что не представляется возможным закрепить их в едином концепте, тем более что осознание индивидом моральных идеалов и принципов осуществляется не только через сознание, но и через отношение

и поведение в обществе (рис.1). Это единственная ниточка, за которую можно ухватиться в теории захвата морали в лапы норм и закона. Если феномен норм, в том числе моральных, следует понимать, как не единичное положение в текущем времени, а как цельную систему и временных и постоянных норм, тогда единственным вариантом нормативности будут лишь временные моральные нормы, тогда как постоянные нормы невозможно нормировать по причине устоявшихся с течением времени разумных представлений об окружающем мире и обществе [2].

Действительно, мораль имеет очень высокий статус как нормативная духовная система, и как эту систему перерисовать на бумагу не совсем понятно. Все эти теоретические положения о нормативности морали уже давно подкреплены. Самый распространенный в научном сообществе пример, это преступник и убийство, а также терроризм.

Стоит отметить, что о проблеме нормативности морали в разрезе терроризма размышлял Ф.М. Достоевский. Причем размышлял не в естественных трудах, а помещая свои идеи в своих героев [3]. Достоевский считал, что каждый из нас потенциальный террорист, ввиду современного общества в которым мы живем. Он считал, что в условиях социального кризиса воспроизводства морали в обществе начать становиться террористом и даже не узнать об этом проще, чем в обществе, в котором в качестве одной из основных социальных ценностей общества фигурирует нормативность морали [4].

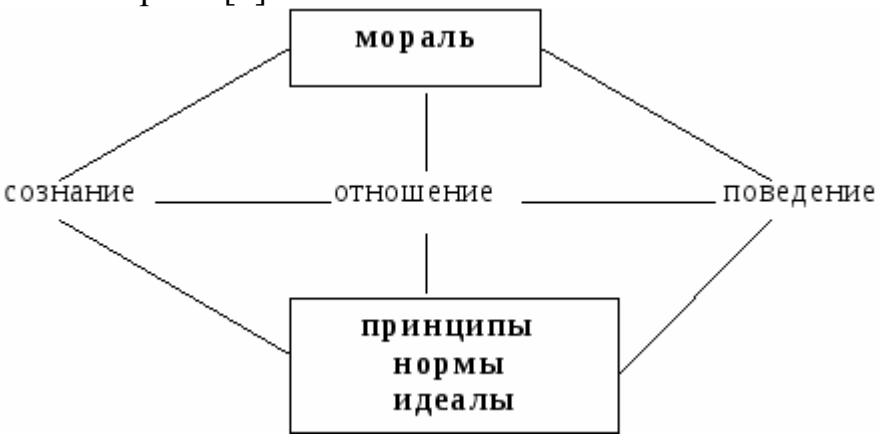


Рисунок 1 – Структура организации и приобретения моральных качеств индивидом

О чем собственно идет речь: возможности заставить человека убивать и внести это в рамки морали, даже законодательно не представляется возможным. Даже если некие индивиды в обществе способны на это, то большинство нет, следовательно, не смогут такие нормы устаканиться, что поведет за собой всплеск народа против такой нормативности.

Естественно такой пример отражает невозможность, причем подчеркивает это с отрицательной стороны. Но существует конечно и возможность положительных направлений в нормативности. Уже давно идут разговоры о внесение в законодательство ответственность за аборты, которые в своем сегментальном понимании и представляют собой тоже

самое убийство. Прими мы этот закон и демографическая ситуация в нашей стране примет совсем иную прямую, восходящую. Однако на уровне подсознания все понимают невозможность данных действий, тем более что для большинства членов общества это уже сложившиеся нормы морали, и приняв закон, государство просто подчеркнет их существование.

Исходя из этого можно говорить о таком свойстве нормативности как неосязаемость. В экономике существует понятие неосязаемости факторов производства на предприятии. Это те факторы, которые не заметны и не влияют напрямую на процессы и явления, однако их необходимо учитывать, и они могут быть рассчитаны. В вопросе нормативности морали открывается такая же возможность. Понятно, что это обычные моральные нормы, однако они искусственно ограничены и мы не можем на них не обращать внимания.

Необходимо принимать в расчет тот факт, что моральные нормы можно посредством правотворчества укреплять, но в этом нет никакой необходимости. Это означает, что ответить на вопрос нормативна ли мораль практически невозможно. Как говорят юристы: «два юриста – три мнения». В этом случае выражение подходит на все сто процентов, тогда как данный феномен имеет больший философский подтекст нежели юридический, а решение в философских вопросах не найти никогда.

Использованные источники:

1. Брейкин О.В. Становление нравственного идеала в культурах Древнего Мира / научн. ред. Р.И. Александрова. – Саранск : изд. Мордов. Ун-та. – 1996. – 148с.
2. Гусев Д.А. Генезис структур моральной нормативности // В сборнике: Дискурсы этики Альманах. Под редакцией В. Ю. Перова. Санкт-Петербург, 2012. С. 116-126.
3. Достоевский Ф.М. Идиот: Ч. 3-4. Бесы / сост. и коммент. С.В. Жожикашвили. – М. : СЛОВО. - 1999. - 776 с.
4. Коваль Е.А. К проблеме нормативности морали в рамках концепции терроризма Ф.М. Достоевского // Гуманитарные науки и образование. 2012. - №3 (11). – С. 59-62

Гордеев Н.Б.
аспирант
Астраханский государственный университет
Россия, г. Астрахань

СИСТЕМА ПРЕСТУПЛЕНИЙ ПРОТИВ ПОРЯДКА УПРАВЛЕНИЯ (ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫМ АКТАМ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ СЕРЕДИНЫ XIX – НАЧАЛА XX СТОЛЕТИЙ)

Построение в России правовой государственности (ч. 1 ст. 1 Конституции РФ [1]) невозможно без эффективной, основанной на законе деятельности государственных и муниципальных органов, выполняющих управленческие функции. Курс на укрепление государственных институтов требует усиления противодействия преступлениям против порядка

управления. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. к числу основных источников угроз национальной безопасности в сфере государственной безопасности отнесла преступные посягательства против государственной власти (п.36 Указ Президента РФ от 12.05.2009 № 537 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» [2]). Изучение и осмысление проблем, связанных с установлением ответственности за преступления против порядка управления, невозможны без учета исторического опыта.

В середине XIX – начале XX столетий в Российской империи проведены несколько кодификаций уголовного права, результатами наиболее важных из которых стали Уложение о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. [4], Уголовное уложение 1903 г. [5]., что стало важной вехой в развитии уголовного права [6, с. 171].

В Уложении о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. нормы, устанавливающие ответственность за преступления против порядка управления, сосредотачивались в отдельном разделе «О преступлениях и проступках против порядка управления» (раздел четвертый). Раздел содержал семь глав, каждая из которых была посвящена регламентации отдельного вида преступлений против порядка управления:

- «О сопротивлении распоряжениям правительства и неповиновении установленным от оного властям» (глава первая);
- «Об оскорблении и явном неуважении к присутственным местам и чиновникам при отправлении должности (глава вторая);
- «О самовольном присвоении власти и о составлении подложных указов или предписаний и других исходящих от правительства бумаг» (глава третья);
- «О похищении бумаг или вещей из присутственных мест, сорвании печатей и уничтожении поставленных или приложенных по распоряжению правительства знаков» (глава четвертая);
- «О взломе тюрем, уводе и побеге находящихся под стражею или надзором» (глава пятая);
- «О тайных обществах и запрещенных сходбищах» (глава шестая);
- «О недозволенном оставлении отечества» (глава седьмая).

Уложение о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. предусматривало суровые наказания за преступления против порядка управления, например, «недозволенное оставление отечества» влекло за собой следующие наказания:

- лишение всех прав состояния и вечное изгнание из пределов государства изгнание, а в случае самовольного возвращения в Россию – ссылке в Сибирь на поселение (ст. 354);
- лишение всех прав состояния и вечное изгнания, однако, суд должен был назначить срок, в течение которого виновный мог доказать, что

он не мог вернуться в Россию по требованию правительства по независящим от него причинам или представить доказательства, уменьшающие его вину (ст. 355).

Имущество виновного должно быть взято в опекунское управление на основании гражданских законов.

Уложение о наказаниях 1885 г. повторило положения о преступлениях против порядка управления, содержавшиеся в Уложении 1845 г.

Уголовное уложение 1903 г. имело другую структуру. Ответственность за посягательства на порядок управления предусматривалась разными главами, не объединенными в один раздел. Уложение 1903 г. предусмотрело следующие виды преступлений, направленных против порядка управления:

- неповиновение власти (ст.ст. 138-155 главы VI);
- нарушения законов о земских и воинских повинностях (ст.ст. 179-194 главы VIII);
- нарушения постановлений об общественном спокойствии (ст.ст. 262-279 главы XII);
- нарушение законов о надзоре за печатью (ст.ст. 292-309 главы XV);
- подлог (ст.ст. 437-452 главы XXI).

Уголовное уложение 1903 г. не вступило в силу в полном объеме. В действие закон вводился постатейно и постепенно [3, с. 68]. Только незначительная часть статей, направленных на регламентацию посягательств против порядка управления, получила законную силу: ст. 309 (изготовление, а также выпуск в обращение произведений тиснения преступного содержания); ст. 437 (подделка, а также переделка высочайшего повеления), ст. 449 (подделка большой государственной или другой печати царствующего императора или ее употребление).

Таким образом, уголовное законодательство середины XIX – начала XX вв. предусматривало целую систему преступлений против порядка управления, что свидетельствует о важности для государства закрепления ответственности за этот вид преступных деяний.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ) // Российская газета. №135. 10.01.2009.
2. Указ Президента РФ от 12.05.2009 № 537 (ред. от 01.07.2014) «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года»// Собрание законодательства РФ.18.05.2009. № 2. Ст. 2444.
3. Евангулов Г.Г. Уголовное уложение. Высочайше утвержденное 22 марта 1903 г. СПб., 1903.297 с.
4. Уложение о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. // Свод законов Российской империи. Т. XV. СПб., 1857.

5. Уголовное уложение 1903 г. // Полное собрание законов Российской империи. Собр. 3. Т. XXIII. Отд. 1. № 22704.
6. Шафигулина С.Р., Арсеньева Г.В. Тюремное заключение: теоретические разработки, законодательное оформление (историко-правовые аспекты) // Научные исследования: информация, анализ, прогноз. Монография. Под общ. ред. О.И. Кирикова. Москва-Воронеж. 2012. 227 с.

Гордеева И.А.
аспирант
Астраханский государственный университет
Россия, г. Астрахань

АРЕНДА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ В НАЧАЛЕ XX СТОЛЕТИЯ: ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ИМПЕРСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Отношения аренды земли в начале XX столетия начинают интенсивно развиваться, в связи с необходимость ее эксплуатации, в том числе в сельскохозяйственной деятельности. Получив отклик общественности на возможность заключения договора аренды земельных участков, данной сфере также понадобились нововведения.

Развитие нормативно-правового регулирования эксплуатации рекреационных зон, одновременно породило необходимость в формировании особых форм регулирования правового статуса и порядка предоставления и вовлечения в оборот земель, используемых для рекреационных целей. Возможность не только государственных, но и частных инвестиций в рассматриваемую сферу, послужило основанием для предоставления гарантий для внедрения инвестиционной массы, выраженных, в том числе, в установлении специфичных прав на землю. Так было принято Высочайше утвержденное положение Комитета Министров «О предоставлении Министру Земледелия и Государственных Имуществ права сдавать, без торгов, участки казенной земли в районе Кавказских Минеральных вод для гостиниц, ресторанов, концертных зал и т.п.»[1] При этом анализ рассматриваемого акта позволяет говорить о том, что передаваемые в аренду земли могли использоваться в рекреационных целях до шестидесяти лет. Положения об определении цены арендной платы говорят о весьма объемных полномочиях Министра в это сфере, так как положение устанавливает, что «плата за аренду устанавливается Министром по соображению со всеми обстоятельствами дела». Вопросы повышения стоимости могли решаться не чаще чем один раз в двенадцать лет, но не более чем на 10% от первоначальной стоимости.

Сам порядок предоставления земель напоминает ныне действующие положения предоставления земель, имеющие отражения в Земельном кодексе. Одновременно с заключением договора арендатор должен был предоставить план застройки земельного участка с определением

временного промежутка каждого строения. При этом ввод объектов в эксплуатации в данном случае не порождал возможности перевода земельного участка на право собственности.

Интересно, что арендатору предоставлялась возможность передачи арендных прав (переуступка аренды, продажа арендных прав), а в случае его смерти право аренды переходило к наследникам, разумеется, с правами на здания, строения, сооружения, расположенные на этом земельном участке.

Истечение сроков аренды прекращали право без возможности его продления, а все объекты, расположенные на земельном участке безвозмездно должны были перейти в государственную собственность.

К слову сказать, возможность предоставления казенных земель в аренду без организации торгов в рассматриваемый в данном параграфе период была довольно частым явлением. Необходимость увеличения гражданского оборота земель служила основанием для принятия нормативных актов, регулирующих, в том числе и арендные отношения. Примером может служить Положение Комитета Министров «О предоставлении Министру Земледелия и Государственных имуществ права сдачи без торгов казенных участков под устройство дачных помещений»[2].

Арендные отношения в рассматриваемые период были одними из наиболее частовозникающих. Востребованность в вовлечении земель в арендный оборот породила необходимость формирования специальных уточняющих норм, регламентирующих этот блок отношений. На этом фоне принимается Закон «О найме земли в уезде»[3], имевший свое распространение в Княжестве Финляндском.

Для представления наиболее полной картины арендных отношений, целесообразным представляется проанализировать нормы указанного нормативного акта, что позволит выделить блок арендных отношений, как возможность участия земли в гражданском обороте.

Законом определялась обязательная письменная форма договора аренды, при этом устанавливалась необходимость заключения в присутствии свидетелей, которые наравне в наймодателем и арендатором должны были заверить договорную конструкцию своими подписями. Однако, этим же нормативным актом и предусматривалась возможность передачи земли на основании устных договоренностей (параграф 63). Как правило, лицом, уклоняющимся от заключения договора в письменной форме, был именно арендодатель, на этот случай акт предоставлял возможность для арендатора получить в судебном порядке право на письменную фиксацию арендных прав. Но этот процесс мог реализовываться только в том случае, когда на основании устных соглашений арендатор уже приступил к эксплуатации земельного участка и до того момента, когда собственник земли осуществил правомочие распоряжения, то есть продал, подарил, либо обменял его.

Махинации с объектами недвижимости, а уж тем более с землей были известны еще и в дореволюционный период, вывод о чем можно сформулировать на основании установления специальных правил передачи

земельного объекта в аренду. Закон в параграфе 58 устанавливал, что в случае возникновения арендных прав у двух лиц, признается действующим тот договор и те права арендатора, которые были образованы ранее. То есть договор, заключенный позднее, автоматически признавался недействительным.

Период действия договора должен был обязательно определен, при этом Закон предусматривал заключение договора на срок либо до пятидесяти лет, либо пожизненно, с необходимостью формирования стоимости арендной платы, которая могла меняться с периодичностью, установленной сторонами договора. Кроме того, Закон позволял вводить льготные годы, по установленным договорам обстоятельствам. Нормативный акт предлагал (но не обязывал) при передаче запущенных земель не взымать плату на период их восстановления с арендатора, но обязанности в отражении данных положений в договоре на стороны не налагалась.

Положения рассматриваемого нормативного акта устанавливали обязательные (существенные) условия договора аренды земельных участков, к которым относились:

- предмет договора (с максимальной индивидуализацией передаваемого в аренду земельного участка);
- срок действия договора аренды (в отсутствии установленного срока, автоматически определяется период его действия в десять лет);
- форма и объем платы за использование земельного участка;
- место и время заключения договора.

Заключение договора аренды позволяло не только активно использовать земельный участок, но и предоставляло возможность арендатору дальнейшего оборота арендованного земельного участка. Так в соответствии с параграфом 33 рассматриваемого закона, арендатор не мог пересдать земельный участок, либо его часть иному лицу, а также приостановить права третьих лиц, возникших до заключения договора аренды. Это означает, что субаренда подобных земель, а следовательно, и дальнейший гражданский оборот земельных участков был возможен на основании письменно оформленного разрешения наймодавца. Кроме того, эти положения говорят о том, что в качестве наймодавца не всегда мог выступать собственник земельного участка. Это мог быть и субарендатор, который получил право на пересдачу в субаренду от собственника земельного участка.

Стоит отметить, что заключение договора аренды земельного участка не служило основанием считать объект обремененным с точки зрения возможности его конкурсной продажи (в силу имеющихся обязательств собственника, обеспеченных данным земельным участком). Это подтверждается параграфом 36 рассматриваемого закона. При этом, если новый собственник не выразил желания продолжать функционирование договора аренды, то договор разрывался в течение года с момента

приобретения права собственности новым собственником. Тем не менее, закон предоставлял возможность эксплуатации арендованных земель на тех условиях и в течении того срока, которые были оговорены в первоначальном договоре аренды. Заключения нового договора в данном случае не требовалось.

Самой бесправной стороной в рассматриваемой договорной конструкции оставался арендатор, но закон отразил возможность защиты и его прав. Так, к примеру, все улучшения, произведенные им на земельном участке, должны были быть компенсированы новым собственником земельного участка, а потери (в том числе сельскохозяйственного производства) – бывшим арендодателем.

Тем не менее, и арендатор мог претендовать на определенные вознаграждения. Параграфом 51 рассматриваемого закона установлено, что по окончании арендного срока, в случае производства существенных улучшений земельного участка, ему причиталось вознаграждения. Однако, подобные вознаграждения мели место быть только в том случае, если все улучшения производились с согласия арендодателя. Подобное согласие могло быть оформлено в письменной форме и могло содержать размер компенсации (что, в общем, не являлось обязательным). По этой причине требования о вознаграждении за улучшения земельного объекта могло быть законным только в случае наличия специального оформленного разрешения арендодателя, в ином случае претендовать на него арендатор не мог.

Резюмируя представленный анализ нормативных актов, регламентирующих аренду земли в начале XX века, стоит отметить, что ими были систематизированы и приведены к единообразной форме осуществления арендных отношений, объектом которых выступает земля. Кроме того, довольно детально прописанные положения об арендных отношениях, говорят о востребованности их применения, а, следовательно, об увеличении объемов вовлекаемых в гражданский оборот земельных участков в виде осуществления договора аренды. Внимание законодателя к данной форме реализации прав на землю говорит о необходимости формирования рынка земли, вовлечения ее в гражданский оборот.

Использованные источники:

1. Высочайше утвержденное положение Комитета Министров от 04 июля 1901 г. «О предоставлении Министру Земледелия и Государственных Имуществ права сдавать, без торгов, участки казенной земли в районе Кавказских Минеральных вод для гостиниц, ресторанов, концертных зал и т.п» // Полное собрание законов Российской Империи Собрание Третье с 1881-1913 гг. – Т. 21. (Часть 1) 1901 г. № 20483 – СПб. – 1903

2. Высочайше утвержденное положение Комитета Министров от 15 мая 1904 г. «О предоставлении Министру Земледелия и Государственных имуществ права сдачи без торгов казенных участков под устройство дачных помещений» // Полное собрание законов Российской Империи Собрание Третье с 1881-1913 гг. – Т. 24. (Часть 1) 1904 г. № 24538 – СПб. – 1907

3. Высочайше утвержденный Закон о найме земли в уезде от 6 июня 1902 г. // Полное собрание законов Российской Империи Собрание Третье с 1881-1913 гг. – Т. 22. (Часть 1) 1902 г. № 21609 – СПб. - 1904

Громакова В.Г., к.биол.н.
доцент
кафедра «Региональной социологии
и моделирования социальных процессов»
Южный федеральный университет
Попова А.О.
студент 3 курса
Морозова С.А.
студент 3 курса
факультет «Филология, журналистика
и межкультурная коммуникация»
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ РОССИЯН ПО ОТНОШЕНИЮ К ПОПЫТКАМ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕРЕВОРОТА В СТРАНЕ

В статье рассматриваются результаты пилотажного исследования поведенческих установок россиян по отношению к гипотетически возможной ситуации, аналогичной событиям в Украине 2013 года. Данные социологического опроса продемонстрировали политическую пассивность большей части респондентов. При этом среди политически активных респондентов были как сторонники, так и противники радикальной оппозиции.

Ключевые слова: поведенческая установка, политическая активность, радикальная оппозиция, государственный переворот.

BEHAVIOURAL INSTALLATIONS OF RUSSIANS IN RELATION TO ATTEMPTS OF REVOLUTION IN THE COUNTRY

The results of pilot testing of behavioural installations of Russians in relation to hypothetically possible situation similar to events in Ukraine of 2013 are considered in this article. Data of sociological poll showed political passivity of the most part of respondents. Among the politically active respondents were both supporters, and opponents of radical opposition.

Keywords: behavioural attitude, political activity, radical opposition, revolution.

Введение. Текущее столетие за прошедшие полтора десятка лет успело ознаменоваться рядом политических переворотов в недавно спокойных государствах: бульдозерная революция в Югославии (2000), пурпурная революция в Ираке 2003-2005 гг., переворот в Ливии 2011 г., так называемая «революция достоинства» в Украине 2013-2014 гг.

Здесь мы перечислили только самые кровавые перевороты, приведшие к затяжным гражданским войнам. Общими у этих событий стали не только насильственное свержение законной власти и гуманитарные катастрофы,

постигшие население упомянутых стран, но и то, что начинались и проводились перевороты под лозунгами демократизации, а по сути вестернизации, политического пространства [3,5]. Открытую поддержку и финансирование мятежников осуществляли США [4], действующие в соответствии с собственным «Законом о распространении демократии и демократических ценностей в недемократических странах».

На постсоветском пространстве Украина оказалась той страной, для которой подобная внешняя «поддержка» дала наибольший эффект. Однако в перечне недемократических стран находятся и большинство других бывших советских республик, включая Россию. Беспорядки, организованные в рамках программы распространения демократии были в Грузии (2003), Белоруссии (2006), Молдавии (2009). Смена политического режима в России остается одной из ключевых целей внешней политики США [6]. Однако в новейшей истории нет ни одной страны, народ которой получил бы лучшие или хотя бы не худшие условия жизни в результате государственного переворота. Напротив, каждая революция – это пример хаоса, беззакония, насилия и обнищания.

С учетом вышесказанного вопросы сохранения общественного порядка и устойчивого социально-политического развития являются актуальными для современной российской социально-политической науки [2]. Одним из факторов, определяющих успешность революционных кампаний, являются настроения общества. Поэтому целью пилотажного исследования, описанного далее, стало изучение установок представителей российского общества (на материалах Ростовской области) относительно их поведения в случае возникновения в России ситуации, аналогичной событиям в Украине в ноябре 2013 года.

В качестве основного метода сбора эмпирических данных был выбран социологический опрос в форме анкетирования. Данные опроса анализировались посредством подсчета процентного распределения. Выборка составила 208 человек разного пола и состояла из четырех подгрупп молодого и пожилого возраста (20-24 года, 25-34, 55-69, ≥ 70). В подгруппах данные анализировались также по полу.

Результаты исследования.

Респондентам был задан вопрос о том, каковы были бы их действия в случае возникновения в России событий аналогичных украинскому майдану 2013 года. Распределение ответов на вопрос представлено в таблице.

Таблица. Ответы на вопрос: «Каковы были бы Ваши действия в случае возникновения в России событий аналогичных ситуации в Украине в ноябре 2013?»

А. мужчины

Вариант ответа	**Доля выбора варианта ответа в подгруппах по возрастам, %**			
	20-24	**25-34**	**55-69**	**≥ 70**
а) уехал бы из страны	23,1	84	7,7	-

б) активно выступал бы за оппозицию (радикалов)	-	16	7,7	-
в) активно выступал бы против оппозиции	23,1	-	38,4	33
г) не предпринимал бы никаких действий и наблюдал за происходящим по ТВ	30,7	-	30,8	23
д) ждал бы указаний правительства	23,1	-	15,4	44

Б. женщины

Вариант ответа	**Доля выбора варианта ответа в подгруппах по возрастам, %**			
	20-24	**25-34**	**55-69**	**≥ 70**
а) уехал бы из страны	36	11	10	-
б) активно выступал бы за оппозицию (радикалов)	-	-	10	-
в) активно выступал бы против оппозиции	18	33	19	33
г) не предпринимал бы никаких действий и наблюдал за происходящим по ТВ	28	51	45	51
д) ждал бы указаний правительства	18	5	6	15

Как можно видеть, по распределению вариантов ответов, представленному в таблице (А и Б), большая часть респондентов обнаружили пассивную поведенческую установку: не предпринимать никаких действий, ждать указаний от правительства, либо уехать из страны. Пассивность большинства, с одной стороны, является характерной чертой российского общества [1], с другой – обусловливает его уязвимость для дезорганизующих влияний, поскольку при пассивном большинстве даже немногочисленных радикальных масс может оказаться достаточно для ввержения страны в очередной кризис.

Респонденты, сочувствующие радикальным оппозиционным движениям, были представлены в возрастных подгруппах от 25 до 34 лет и от 55 до 69 лет. В обеих подгруппах их оказалось примерно поровну. Среди второй подгруппы молодых людей готовность оказать активную поддержку радикалам выразили 16% респондентов. В первой подгруппе пожилых респондентов аналогичная позиция была отражена в 10% мужских анкет и 7,7% - женских.

Вселяет некоторый оптимизм то, что по данным опроса имеются также люди, готовые дать отпор агрессивно-настроенным группам, самоцелью которых подчас являются социальные беспорядки, дающие простор произволу насилия и мародерства, а для их лидеров цель – захват власти, но никак не в интересах общества, а только в своих собственных. Сказанное не означает, что мы исключаем саму возможность существования в числе революционной оппозиции отдельных романтиков, искренне верящих, что насильственная смена власти приведет страну к процветанию. Однако благие намерения, к сожалению, не способны ни отменить, ни сгладить негативных результатов действий. Поэтому мы рассматриваем как проявление позитивной тенденции тот факт, что респондентов, выразивших

намерение в случае попытки осуществления «российского майдана» активно выступить против оппозиции, оказалось в разы больше, чем тех, кто воспринял бы государственный переворот с радостью – в среднем четверть всей выборки.

Заключение. Таким образом, опрошенные респонденты высказали преимущественно отрицательное отношение к возможности осуществления в России государственного переворота по типу украинского майдана 2013 года. При этом большая часть опрошенных не предпринимала бы в подобной ситуации никаких активных действий, предпочитая роль стороннего наблюдателя. Часть заявили о готовности покинуть страну. Относительно малая доля респондентов активно выступила бы в поддержку радикальной оппозиции, примерно четверть опрошенных готовы были оказать им активное сопротивление.

Использованные источники:

1. Баталов Э. Политическая культура России сквозь призму civic culture // Pro et Contra. – 2002. - №3.
2. Зорабян С.Э., Мартиросян С.А. Культурно-цивилизационная специфика Северо-кавказского региона в контексте российской геополитической стратегии // Научные труды SWorld. 2014. Т. 31. № 1. С. 100-103.
3. Подцероб А. Ливийская трагедия - причины и последствия. www.centrasia.ru (4 октября 2011).
4. Попов О.А. Политическая деятельность в правозащитных одеждах URL: lebed.com/2004/art3813.htm;http://www.pravoslavie.ru/analit/040629121641
5. American Hegemony: Preventive War, Iraq, and Imposing Democracy / Ed. by D. Caraley. – N. Y, 2004. – P. 6-9.
6. Palmer Mark. Breaking the Real Axis of Evil: How to Oust the World's Last Dictators by 2025. – Rowman & Littlefield Publishers, Inc., October 2003.

Гуляева Я.Б.
магистрант 3 курса
направление «Юриспруденция»
Россия, г. Тюмень

СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА ПОДРЯДА

Ключевые слова: договор, подряд, существенные условия, срок, цена,, предмет договора, проблема защиты.

В данной статье пойдет речь об актуальных проблемах регулирования отношений по договору подряда, в частности института существенных условий договора. Развитие рыночной экономики и гражданского законодательства на современном этапе, выдвигает на первый план правовые отношения, возникающие при заключении договора подряда, в связи с тем, что последний является одним из самых распространенных гражданско-правовых договоров, направленных на выполнение работ (услуг).

При этом необходимо отметить, что в настоящее время отношения,

возникающие на основе отдельных видов договора подряда, недостаточно исследованы в научной литературе, например, количество публикаций по вопросам договора строительного подряда недостаточно.

Отставание уровня развития научного осмысления отношений, возникающих из договора подряда, от уровня развития реальных отношений в любой сфере, неоднозначность толкования и применения норм права привели к появлению споров, возникновению ряда противоречий и пробелов как в нормативных документах, так и в правоприменительной практике.

Договор подряда применяется во многих сферах деятельности: осуществление капитального строительства, проектно-изыскательские работы, установка, монтаж и наладка оборудования, проведение заказных научных исследований, а также выполнение индивидуальных заказов граждан и др. Каждая из таких договорных разновидностей отличается правовыми особенностями, вытекающими из особенностей производимых работ и их результатов.

Отношения по договору подряда регулируются в соответствии с правилами главы 37 ГК РФ[14]. Разновидностями договора подряда, в соответствии с главой 37 ГК РФ, являются: бытовой подряд (§ 2), строительный подряд (§ 3), подряд на выполнение проектных и изыскательских работ (§ 4), а также подрядные работы для государственных или муниципальных нужд (§ 5). К отдельным видам договора подряда применяются правила, предусмотренные соответствующим параграфами этой главы, а в части, не противоречащей им, - также общие положения о подряде (ст.ст. 702-729 ГК РФ).

В параграфе 1 гл. 37 ГК РФ приведены общие положения, которые должны применяться при заключении договоров подряда. Статья 702 ГК РФ устанавливает, что по договору подряда одна сторона (подрядчик) обязуется выполнить по заданию другой стороны (заказчика) определенную работу и сдать результат заказчику. Последний, в свою очередь, обязуется принять результат работы и оплатить его.

Существует множество проблем правоприменительного характера, в части существенных условий договора. В п.1 ст.432 ГК РФ[15], указывается, что: «Договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора».

Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение».

Существенными условия договора бытового подряда являются:

---

[14] Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. N 5. Ст. 410.
[15] Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. N 32. Ст. 3301.

Предмет договора бытового подряда — результат работы, который выполнен подрядчиком и предназначается удовлетворять бытовые или другие личные нужды граждан. Это одна из самых важных особенностей договора и первое существенное условие договора бытового подряда, которое должно обязательно быть указано в каком-либо образце договора бытового подряда.

Цена договора бытового подряда. В интересах заказчика включается норма, в силу которой договорное условие о цене не может быть больше, чем устанавливаемая или регулируемая государственными органами. Даже когда заказчик захочет ввести в договор условия об увеличенной цене, оно будет являться ничтожным (статья 735 Гражданского Кодекса РФ16). Порядок и размеры оплаты работы, исполненной по договору, необходимо указать в каждом образце договора бытового подряда.

Срок договора бытового подряда. Бытовой подряд относят к договорам, в которых нужно четкое определение сроков исполнения работ, в особенности при больших объемах. Конечный и начальный сроки исполнения работ являются значительными условиями договора бытового подряда (пункт 1 ст. 708 Гражданского Кодекса РФ) и должны быть согласованы при проектировании образца договора бытового подряда17.

Сроки в договоре бытового подряда можно изменить еще и в случаях, которые предусмотрены законом:

Существенное нарушение условий договора другой стороной (статья 450 Гражданского Кодекса РФ18).

Существенное изменение обстоятельств (статья 451 Гражданского Кодекса РФ).

Право заказчика требовать досрочно исполнять при реорганизации юридического лица подрядчика (статья 60 Гражданского Кодекса РФ).

Параграф 3 гл. 37 ГК РФ содержит специальные нормы, посвященные договору строительного подряда. Согласно п. 1 ст. 432 ГК РФ договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям. Существенными являются условия о предмете договора; те, которые в законе или иных правовых актах названы существенными или необходимыми для договоров данного вида; а также все условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение: срок выполнения работ; предмет договора - обязанность подрядчика осуществить определенные строительные работы и обязанность заказчика принять их результат, оплатить работы и содействовать в осуществлении строительства; а также цена работ или порядок ее определения. В связи с тем, что цена является существенным условием, к договору строительного подряда не

[16] Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. N 5. Ст. 410.

[17] Договор бытового подряда – [Электронный ресурс] – URL: http://biznes-prost.ru/dogovor-bytovogo-podryada.html (дата обращения: 15.10.2015)

[18] Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. N 32. Ст. 3301.

применяется норма п. 3 ст. 424 ГК РФ19.

Подрядные отношения по выполнению проектных и изыскательских работ регулируются, прежде всего, специальными нормами, установленными в § 4 гл. 37 ГК РФ «Подряд на выполнение проектных и изыскательских работ». Общие положения о подряде, содержащиеся в § 1 гл. 37 ГК РФ, применяются к указанным подрядным отношениям, если иное не определено соответствующими законодательными актами20. В соответствии с ГК РФ, существенными условиями договора подряда на выполнение проектных и изыскательских работ являются его предмет – разработка технической документации и (или) выполнение изыскательских работ, сроки и по рядок исполнения договора, цена договора.

Отсутствие хотя бы одного существенного условия рассматривается как отсутствие (незаключенность) самого договора21, при этом в теории гражданского права такое положение не воспринимается критически22.

Буквальное толкование указанной нормы приводило к различным злоупотреблениям, благодаря которым сторона, фактически исполнившая договор считавшийся заключенным, лишалась всего приобретенного по нему и терпела значительные убытки (например, Президиумом ВАС признан незаключенным договор купли-продажи части здания ввиду отсутствия в нем сведений о том, какие конкретно площади в здании являются предметом купли-продажи)23.

Далее в судебной практике, в частности, в п.7 «Обзора судебной практики по спорам, связанным с признанием договоров незаключенными» было указано, что если работы выполнены до согласования всех существенных условий договора подряда, но впоследствии сданы подрядчиком и приняты заказчиком, то к отношениям сторон подлежат применению правила о подряде. Если стороны не согласовали какое-либо условие договора, относящееся к существенным, но затем совместными действиями по исполнению договора и его принятию устранили необходимость согласования такого условия, то договор считается заключенным24.

Как видно, судебная практика существенно изменила смысл законодательного регулирования института существенных условий

---

[19] Степанов Д.И. Диспозитивность норм договорного права // Вестник ВАС РФ. 2013. №5. С.43.

[20] Улаева Н. Л. Гражданско-правовое регулирование градостроительства: сущность, значение и перспективы совершенствования // Вестник Краснодарского университета МВД России. 2015. № 1. С. 27.

[21] Тымчук Ю.А Существенные условия договора: прошлое, настоящее и будущее // Юридический вестник молодых ученых. 2015. № 1. С.67.

[22] Гражданское право. Т. 1. Учебник. Изд. четвертое, перераб. и доп. / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. М., 2000. - С. 486, 588.; Белов В.А. Гражданское право. Т. II. Общая часть. Лица, блага, факты: учебник для бакалавров. М., 2013. - С. 703; Гражданское право: В 2 т. Т. II. Полутом 1: Учебник / Отв. ред. проф. Е.А. Суханов. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2000. - С. 163; Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. М., 1998. - С. 238.

[23] Вестник ВАС.2002. №9

[24] Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25.02.2014 № 165 «Обзор судебной практики по спорам, связанным с признанием договоров незаключенными»// Вестник ВАС РФ, №4, апрель, 2014.

договора. Представляется, что эволюция практики требует внесения соответствующих изменений в законодательство25.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 N 51-ФЗ: по сост. на 13 июля 2015 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1994. - N 32. - Ст. 3301.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 N 14-ФЗ: по сост. на 29 июня 2015 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. - N 5. - Ст. 410.
3. Постановление Президиума ВАС РФ от 27 апреля 2002 г. № 11011/01 по делу № А40- 23029/00-37-199.// Вестник ВАС. - 2002. - № 9.
4. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25 февраля 2014 № 165 «Обзор судебной практики по спорам, связанным с признанием договоров незаключенными»// Вестник ВАС РФ.- № 4. - 2014.
5. Белов В.А. Гражданское право. Т. II. Общая часть. Лица, блага, факты: учебник для бакалавров. М., 2013. - С. 703.
6. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. М., 1998. - С. 238.
7. Гражданское право. Т. 1. Учебник. Изд. четвертое, перераб. и доп. / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. М., 2000. - С. 486, 588.
8. Гражданское право: В 2 т. Т. II. Полутом 1: Учебник / Отв. ред. проф. Е.А. Суханов. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2000. - С. 163.
9. Договор бытового подряда – [Электронный ресурс] – URL: http://biznes-prost.ru/dogovor-bytovogo-podryada.html (дата обращения: 15.10.2015)
10.Степанов Д.И. Диспозитивность норм договорного права / Д.И. Степанов // Вестник ВАС РФ. - 2013. - №5. - С.41 - 44.
11.Тымчук Ю.А Существенные условия договора: прошлое, настоящее и будущее / Ю.А. Тымчук // Юридический вестник молодых ученых. – 2015. - № 1. – С.66-72.
12.Улаева Н. Л. Гражданско-правовое регулирование градостроительства: сущность, значение и перспективы совершенствования / Н.Л. Улаева // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2015. - № 1.. – С. 26-30.

[25] Тымчук Ю.А Существенные условия договора: прошлое, настоящее и будущее // Юридический вестник молодых ученых. 2015. № 1. С.69.

Донченко Т.С.
студент
Ставропольский государственный Аграрный Университет
Лапина Е.Н., к.э.н.
научный руководитель, доцент
СтГАУ
Россия, г. Ставрополь

РОЛЬ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДА БЮДЖЕТА

Аннотация: В данной статье рассматривается роль налогов, как доходной части бюджета. Анализируется современное состояние налоговых поступлений за 2012-2014 гг.

Ключевые слова: налог, доходы, бюджет, государство, акцизы, налог на прибыль организаций.

Основу доходной части бюджетов всех уровней составляют налоги. При помощи налогов государство воздействует на экономику. Любое государство широко использует налоговую политику в качестве определенного регулятора воздействия на негативные явления рынка. Налоги, как и вся налоговая система, являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка.

Налоги играют значительную роль в формировании бюджетов государства, так как с помощью налогов определяются взаимоотношения предпринимателей, предприятий всех форм собственности с государственными и местными бюджетами, с банками, а также с вышестоящими организациями. При помощи налогов регулируется внешнеэкономическая деятельность, включая привлечение иностранных инвестиций, формируется хозрасчетный доход и прибыль предприятия.

В современной России доля налоговых доходов в доходах бюджетов бюджетной системы РФ составляет порядка 80-90%. В свою очередь доходы бюджетов используются для исполнения расходных обязательств РФ, субъектов РФ и местных самоуправлений. Расходную часть составляют такие разделы как безопасность государства, социальная политика, наука, образование и т.д. Они важны как для государства, так и для общества.

Налоги являются основным источником формирования и финансирования расходных обязательств.

В 2014 году в федеральный бюджет поступило 12 992,5 млн. руб. что на 5,2% меньше поступлений за 2013 год.

В доходах федерального бюджета НДС занимает наибольший удельный вес – 70,8 %, что на 0,7 % меньше, чем в 2013 году. Это связанно с ростом возмещений на 1991,7 млн. руб. (18,9%) и снятием с учета налогоплательщика, на которого приходилось около 1%.

Всего налоги, зачисляемые в федеральный бюджет, составили 21,0% от общей суммы доходов консолидированного бюджета Российской Федерации.

Доля налоговых поступлений в федеральный бюджет за 2013-2014 гг представлена на рисунке 1.

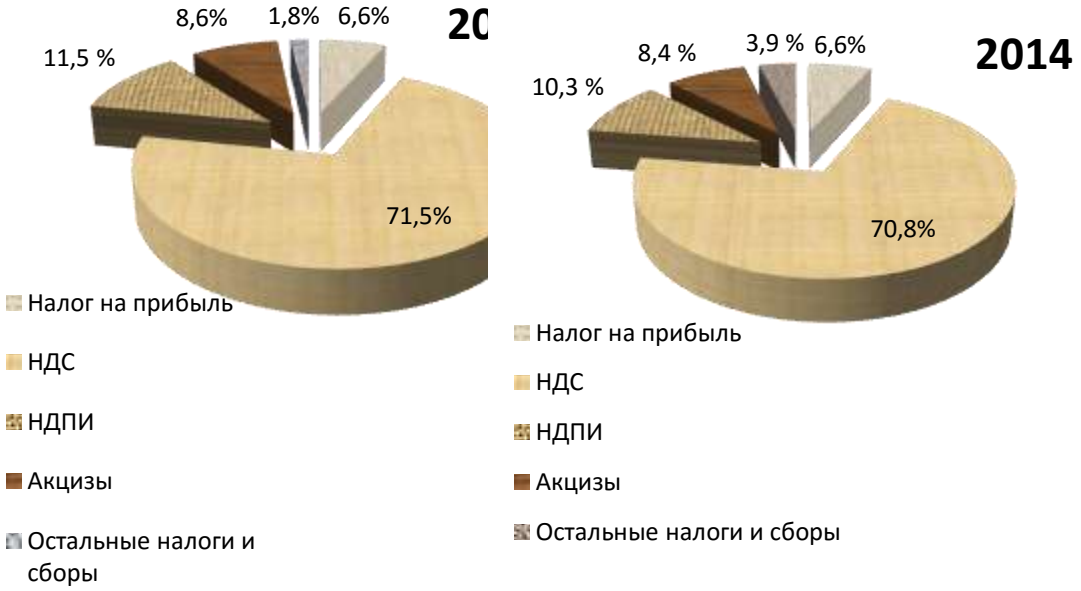


Рисунок 1 – Доля налоговых поступлений в федеральный бюджет за 2013-2014 гг.

За анализируемый период наблюдается рост акцизов на 0,2 %. Налог на прибыль находится в стабильном положении и составил 6,6%. В целом, структура поступлений в доходную часть федерального бюджета не потерпели сильных изменений.

За 2014 года в бюджет Ставропольского края поступило доходов, администрируемых налоговыми органами, 32540,6 млн. руб., или 109,8% к поступлениям 2013 года (29624,4 млн. рублей).

Доля поступления доходов, администрируемых налоговыми органами, в краевой бюджет составила 59,4% от общего объема поступлений во все уровни бюджета, что на 4,5 процентных пункта больше аналогичного показателя 2013 года (54,9 %).

Представим динамики налоговых поступлений за 2011-2014 гг. на рисунке 2.

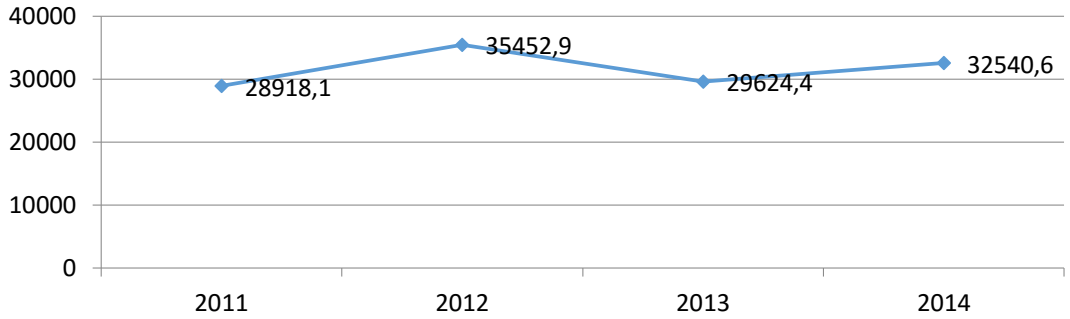


Рисунок 2 – Динамика доходов в бюджет Ставропольского края, млн. руб.

Анализируя представленные данным, можно сказать, что за период 2011-2014 гг. налоговые поступления в бюджет увеличились на 12,5 %. По отношению к 2013 году прирост составил 9,8 %. В целом, можно отметить

положительную динамику. Наибольший удельный вес в доходах краевого бюджета (80,8%) приходится на налог на доходы физических лиц – 13426,5 млн. руб. (41,3% от общего объема поступлений в краевой бюджет), налога на прибыль организаций – 6860,8 млн. руб. (21,1%), налога на имущество организаций – 5976,9 млн. руб. (18,4%).

Рисунок 3 – Динамика поступлений в бюджет Ставропольского края за 2012-2014 гг.

За анализируемый период налог на доходы физических лиц увеличился на 16,8 %. Налог на имущество организаций также имеет положительный прирост 16,9 %. Однако, налог на прибыль организаций резко снизился почти на 50%.

В доходы бюджетов муниципальных образований за 2014 года поступило 10825,3 млн. руб. или 92,0% к поступлениям аналогичного периода 2013 года (11771,8 млн. рублей).

Местный бюджет (93,1%) сформирован за счет поступлений: налога на доходы физических лиц – 6615,4 млн. рублей или 61,1% от общего объема поступлений в местный бюджет, земельного налога – 1960,2 млн. руб. (18,1%) и единого налога на вменённый доход для отдельных видов деятельности – 1504,9 млн. руб. (13,9 %).

Налоговые доходы являются основными в доходах государственных и местных бюджетов как в Российской Федерации, так и развитых и развивающихся странах.

Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов подготовлены в рамках составления проекта федерального бюджета на очередной финансовый год и двухлетний плановый период. В трехлетней перспективе 2015–2017 годов приоритеты Правительства Российской Федерации в области налоговой политики остаются такими же, как и ранее – создание эффективной налоговой системы, обеспечивающей бюджетную устойчивость в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Налоговая политика, с одной стороны, будет направлена на противодействие негативным эффектам экономического кризиса, а с другой стороны – на создание условий для восстановления положительных темпов

экономического роста. Также, главной целью для Министерства РФ остается создание и функционирование эффективной налоговой системы. Для этого предполагается поиск вариантов и возможностей для повышения доходов бюджетной системы, за счет повышения эффективности администрирования уже существующих налогов, а также путем оптимизации налогообложения в целях стимулирования и расширения предпринимательской деятельности, в первую очередь, инновационной направленности.

Использованные источники:

1. Лапина Е. Н. Роль специальных налоговых режимов в формировании бюджета РФ: Финансово-экономические проблемы развития региона и учетно-аналитические аспекты функционирования предпринимательских структур / Кулешова Л. В., Лапина Е. Н. - 2013. с. 256-261.

2. Лапина Е. Н. Налоговые преступления: уклонения физического лица от уплаты налога и страховых взносов: Экономика и социум / Лапина Е. Н., Шумская В. Ю. – 2015 с. 916-919

3. Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ – http://www.nalog.ru

4.Официальный сайт Федеральной налоговой службы Ставропольского края – http://www.r26.nalog.ru

Загидуллин М.А.
студент
Улемаев К.Р.
студент
МГУ им. М.В. Ломоносова
Россия, г. Москва

ФИДУЦИАРНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ МАЖОРИТАРНЫХ И МИНОРИТАРНЫХ АКЦИОНЕРОВ

Относительно обязанностей акционеров весьма интересным представляется зарубежный опыт.

Так, в рамках англо-американской концепции фидуциарных обязанностей, согласно которой лицо, осуществляющее от имени другого лица управление имуществом(fiduciary), несет перед таким лицом ряд обязанностей лично-доверительного характера. Самым ярким и исторически первым примером таких отношений являются отношения в рамках доверительного управления имуществом(trust), где одна сторона(trustee), по уполномочию учредителя(settlor), осуществляет управление имуществом для третей стороны(beneficiary), в отношении которого trustee должен действовать добросовестно, заботливо и исходя из интересов beneficiary. Абсолютно аналогичный подход применяется к фидуциарным обязанностям органов, осуществляющих управление корпорацией. Так в США директора(directors) и должностные лица(officers) несут перед корпорацией обязанности действовать добросовестно(duty to act in a good faith), лояльно(duty of loyalty) и заботливо(duty of care). Данная доктрина активно

развивалась американскими судами и нашла свое применение не только к директорам и менеджменту, но и к участникам общества в целом[1].

Изначально, применительно к акционерам доктрина фидуциарных обязанностей применялась к лицам, хотя и не входящим в состав органов управления корпорацией, но тем не менее осуществляющих контроль. Разумеется, таковыми лицами является мажоритарный акционер, который в силу обладания самым крупным пакетом акций, оказывает существенное влияние на деятельность общества.

Но если с мажоритарием все ясно и понятно, и применение концепции фидуциарных обязанностей кажется весьма логичным и обоснованным, находя применение в практике отдельных штатов (особенно в штате Делавэр), то весьма дискуссионным на данный момент является вопрос о фидуциарных обязанностях миноритарных акционеров. На самом деле, пожалуй, у каждого юриста, узнавшего о фидуциарных обязанностях миноритарных акционеров, возникает, мягко говоря, недоумение. Но, оставим в стороне всевозможные оценочные суждения и перейдем к реальной практике, а также к мнениям американских коллег.

Начнем с того, что Верховный Суд штата Миннесота в деле Advanced Communications Design, Inc. v. Follett in 2000[2] , отвечая на вопрос о фидуциарных обязанностях миноритариев, дал довольно четкий ответ, указав на то, что их не существует. Схожей позиции придерживались и остальные штаты[3]. Например, Верховный Суд Техаса выражал ранее аналогичную позицию[4]. Однако некую сумятицу внес штат Иллинойс, где суды налагают фидуциарные обязанности на всех без исключения акционеров в непубличных корпорациях(closely held corporation)[5]. Отсюда ряд американских авторов делает вывод о том, что миноритарные акционеры все же несут перед корпорацией фидуциарные обязанности. В частности это касается обязанности не разглашать конфиденциальную информацию, которая не зависит от размера пакета акций, и носит лично-доверительный характер[6]. Так же некоторые авторы настаивают на том, что акционеры-активисты, принимающие значительное участие в деятельности общества, например, контролируя деятельность директоров и влияя на принятие ими решений, тоже несут фидуциарные обязанности перед корпорацией[7]. Пожалуй, разнообразие точек зрения на этот счет столь велико, что данная проблематика заслуживает отдельной работы.

Однако даже поверхностный взгляд на нее позволяет увидеть, сколь интересный оборот, порой, принимает судебная практика в англо-американской правовой системе.

В России доктрина фидуциарных обязанностей мажоритарных акционеров в какой-то степени нашла отражение в п.3 ст. 53.1 ГК РФ, в которой говорится об обязанности контролирующего субъекта действовать добросовестно и разумно в интересах юридического лица. Что касается остальных акционеров, думается сложно говорить, что они несут нечто похожее на фидуциарные обязанности.

Использованные источники:
1. Разум и добрая совесть: обязанности директора в США, Великобритании, России (Будылин С.Л.) ("Вестник ВАС РФ", 2013, N 2)
2. Advanced Communications Design, Inc. v. Follett (2000)
3. Do Minority Shareholders Owe A Fiduciary Duty? It Depends *By* Randy G. Gullickson-
4. ELIZABETH S. MILLER Professor of Law Baylor University School of Law Waco, Texas State Bar of Texas 13 ANNUAL CHOICE & ACQUISITION th OF ENTITIES IN TEXAS COURSE May 22, 2015 San Antonio, Texas
5. Fiduciary Duties of Shareholders of Closely Held Corporations By Keith H. Berk, Scott A. Josephson, and Miriam Volchenboum
6. THE MINORITY'S DUTY OF LOYALTY IN CLOSE CORPORATIONS // - J.A.C. HETHERINGTON// DUKE LAW JOURNAL
7. Fiduciary Duties for Activist Shareholders//Iman Anabtawi University of California, Los Angeles (UCLA) - School of Law//Lynn A. Stout //Cornell Law School - Jack G. Clarke Business Law Institute//UCLA School of Law, Law-Econ Research Paper No. 08-02 //Stanford Law Review, Vol. 60, 2008

Козина А.А.
магистрант
Тюменский государственный университет
Институт государства и права
Россия, г. Тюмень

ПОРЯДОК И ОСНОВАНИЯ РАСТОРЖЕНИЯ ДОГОВОРА ЗЕМЕЛЬНГО УЧАСТКА

Договор аренды, как и любой гражданский договор, может быть прекращен по общим основаниям, установленным в главе 26 Гражданского кодекса РФ для всех обязательств. Действующее гражданское законодательство предусматривает досрочное расторжение договора по инициативе одной из сторон при наличии существенных нарушений. Перечень таких нарушений, указанный в статьях 619, 620 Гражданского кодекса, не является исчерпывающим. В соответствии с пунктом 2 статьи 450 Кодекса стороны могут указать в договоре и иные нарушения, являющиеся, по их мнению, основанием для досрочного расторжения договора, а также обстоятельства, не связанные с нарушением обязательства. Например, возможно досрочное расторжение договора по требованию арендодателя в случае однократного невнесения арендатором арендной платы в установленный срок, если такое основание предусмотрено договором.

Вместе с тем применительно к регламентации порядка расторжения договора данного вида действуют и специальные правила.

Во-первых, они определяются нормами статьи 418 ГК РФ, в соответствии с которыми арендные правоотношения прекращаются смертью должника (арендатора), если исполнение не может быть произведено без

личного участия должника либо обязательство иным образом неразрывно связано с личностью должника. Это положение уточняется в пункте 2 статьи 617 Гражданского кодекса РФ: в случае смерти гражданина, арендующего недвижимое имущество, его права и обязанности переходят к наследнику, если законом или договором не предусмотрено иное; арендодатель не вправе отказать такому наследнику во вступлении в договор на оставшийся срок его действия, кроме случая, когда заключение договора было обусловлено личными качествами арендатора.

Во-вторых, специальным случаем прекращения договора аренды является выкуп арендатором арендованного имущества, который возможен как по истечении срока аренды, так и до его окончания при условии внесения арендатором всей обусловленной суммы. В законе или договоре аренды может быть предусмотрено, что арендованное имущество переходит в собственность арендатора по истечении срока аренды или до его истечения при условии внесения арендатором всей обусловленной договором выкупной цены.

В-третьих, в контексте регламентации порядка расторжения договора аренды земельного участка существенное значение приобретают нормы Земельного кодекса РФ. В частности, в соответствии с требованиями ст. 9 изменение условий договора аренды земельного участка без согласия его арендатора и ограничение установленных договором аренды земельного участка прав его арендатора не допускаются. Если иное не предусмотрено настоящим Кодексом, другим федеральным законом, досрочное расторжение договора аренды земельного участка, заключенного на срок более чем пять лет, по требованию арендодателя возможно только на основании решения суда при существенном нарушении договора аренды земельного участка его арендатором.

В специальном Постановлении ВАС, посвященном вопросам регулирования института договора аренды,[1] содержатся разъяснения относительно применения указанной нормы ЗК РФ. В нем указано, что в случае расторжения договора аренды арендодатель обязан представить суду соответствующие доказательства, подтверждающие существенное нарушение договора аренды земельного участка со стороны арендатора. При этом обстоятельства, указанные в статье 619 ГК РФ, могут служить основанием для досрочного расторжения договора аренды земельного участка лишь в том случае, когда они могут быть квалифицированы как существенные нарушения договора аренды земельного участка. В тоже время не может служить основанием для удовлетворения требования арендодателя о досрочном расторжении договора аренды земельного участка сам факт существенного нарушения договора, если такое нарушение (его последствия) устранено арендатором в разумный срок.

Таким образом, действующее законодательство значительно затрудняет процесс прекращения действия договора аренды земельного участка как минимум по двум основаниям: установлены императивные

требования относительно соблюдения сроков действия договора, которые должны быть оговорены в качестве его существенного условия, а также предусмотрено требование обязательного расторжения его через суд при наличии фактов существенных нарушений условий договора какой-либо из сторон.

Указанные аспекты порождают многочисленные споры относительно конкретных обстоятельств расторжения договора аренды земельного участка. В этой связи представляется необходимым детально проанализировать основные спорные вопросы и судебную практику относительно их решения.

Первой спорной проблемой в этой связи является возможность органов государственной власти влиять на определение сроков аренды земельных участков. В этой связи показательным является следующее судебное решение.

Гражданин В.В. Чернышев 04.09.2003 обратился к главе администрации Всеволожского района с заявлением о продлении действия договора на пятнадцать лет. Межведомственной комиссией по предоставлению земельных участков во Всеволожском районе принято решение, оформленное протоколом от 24.09.2003 № 38, о предоставлении Чернышеву В.В. спорного земельного участка в аренду на пять лет. Письмом от 16.03.2004 N 623 Комитет со ссылкой на пункт 2 статьи 610 Гражданского кодекса Российской Федерации уведомил Чернышева В.В. об отказе от договора с 17.06.2004, просил предпринимателя до указанной даты освободить земельный участок и передать его по акту приема-передачи. Поскольку по окончании определенного в договоре от 25.02.99 срока арендатор продолжал пользоваться земельным участком, а доказательств заключения сторонами в соответствии со статьями 450, 452 Гражданского кодекса Российской Федерации соглашения об установлении нового срока аренды истец не представил, суд правомерно посчитал указанный договор возобновленным на неопределенный срок».[2]

Вместе с тем, в рамках судебной практики существуют прецеденты оказания влияния органами государственной власти на содержание договора аренды земельных участков.

Так, ФАС Восточно-Сибирского округа не удовлетворил требование в пользу общества относительно разногласий, возникших при заключении договора аренды земельного участка. Общество полагает, что комитет чрезмерно увеличил коэффициент арендной платы, создав тем самым препятствия для осуществления деятельности общества. Кроме того, общество считает возможным сдавать арендуемый участок в субаренду без согласия собственника участка при условии уведомления арендодателя. Изучив материалы дела, суд признал обоснованным применение комитетом увеличенного коэффициента арендной платы в силу того, что на указанном участке находится принадлежащий обществу объект - обогатительная фабрика по переработке. Поскольку условие, регулирующее сдачу в

субаренду земельного участка, сторонами не согласовано, суд в целях обеспечения защиты прав арендодателя и учитывая диспозитивность норм пунктов 5 и 6 статьи 22 Земельного кодекса Российской Федерации, посчитал целесообразным установить запрет на совершение сделок. [3]

Вместе с тем, суды могут придерживаться и другой позиции. Так, ФАС Центрального округа признал обоснованным требование общества о признании недействительным внесения изменений в постановление администрации, в соответствии с которыми договор аренды земельного участка, предоставленного обществу для использования под мини-рынок, должен быть расторгнут. ООО на основании договора аренды был предоставлен спорный земельный участок сроком на 10 лет и в связи с передачей основных средств мини-рынка обществу заключен договор субаренды с обществом сроком на 8 лет. Суд, руководствуясь пунктом 9 статьи 22 Земельного кодекса Российской Федерации, указал на то, что ООО имело право передать свои права и обязанности, поскольку указанный договор был заключен сроком более чем на пять лет. Кроме того, у администрации отсутствовали законные основания для одностороннего расторжения договора аренды спорного земельного участка. [4]

ФАС Уральского округа, отказывая в удовлетворении исковых требований о признании незаконным решения органа местного самоуправления об отказе в продлении срока действия договора аренды земельного участка, арбитражный суд исходил из следующего. В соответствии с п. 3 ст. 22 ЗК РФ по истечении срока договора аренды земельного участка его арендатор имеет преимущественное право на заключение нового договора аренды земельного участка.

Согласно ст. 621 ГК РФ, если иное не предусмотрено законом или договором аренды, арендатор, надлежащим образом исполнявший свои обязанности, по истечении срока договора имеет при прочих равных условиях преимущественное перед другими лицами право на заключение договора аренды на новый срок. Если арендодатель отказал арендатору в заключении договора на новый срок, но в течение года со дня истечения срока договора с ним заключил договор аренды с другим лицом, арендатор вправе по своему выбору потребовать в суде перевода на себя прав и обязанностей по заключенному договору и возмещения убытков, причиненных отказом возобновить с ним договор аренды, либо только возмещения таких убытков. Документы, подтверждающие передачу земельного участка в аренду третьему лицу, в материалах дела отсутствуют; требование о переводе на себя прав и обязанностей по заключенному договору не заявлялось. [5]

Таким образом, рассмотрев особенности правовой регламентации процесса расторжения договора аренды земельного участка, необходимо констатировать, что в рамках действующего законодательства имеет место ярко выраженное стремление обеспечить длящийся и стабильный характер арендных отношений в сфере оборота земли, что справедливо понимается в

качестве одного из условий достижения устойчивого экономического роста. В этой связи одностороннее расторжение арендных соглашений существенно затруднено.

Использованные источники:

1. Постановление Пленума ВАС РФ от 24.03.2005 № 11 «О некоторых вопросах, связанных с применением земельного законодательства // Вестник ВАС РФ. № 5. 2005.
2. Постановление ФАС Северо-Западного округа от 16.11.2007 N А56-19643/2006 [Электронный ресурс] // СПС Консультант Плюс.
3. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 21.12.2006 N Ф04-8213/2006(29225-А27-20) по делу N А27-9752/2006-1 [Электронный ресурс] // СПС Консультант Плюс.
4. Постановление ФАС Центрального округа от 16.11.2006 по делу N А09-16044/05-С15 [Электронный ресурс] // СПС Консультант Плюс.
5. Постановление ФАС Уральского округа от 23.08.2006 по делу N Ф09-7408/06-С6 [Электронный ресурс] // СПС Консультант Плюс.

Колеухо О.Е.
магистрант
кафедра гражданского и семейного права
институт магистратуры
ФГБОУ ВПО «Саратовская
государственная юридическая академия»
Россия, г. Саратов

ВОЗМЕЩЕНИЕ ВРЕДА, ПРИЧИНЁННОГО ТОВАРАМИ, РАБОТАМИ, УСЛУГАМИ

Юридические способы защиты имущественных прав потребителей от недоброкачественных товаров за последние годы приобрели важное значение. Принятие Закона РФ «О защите прав потребителей» [1] и ГК РФ выдвинули эту проблему перед юридической наукой и правоприменительной практикой. Конечно, право не может претендовать на роль решающего инструмента в обеспечении безопасности промышленных изделий, товаров и услуг, результатов работ. Эта задача требует объединенных усилий науки и практики, развития производительных сил и совершенствования государственной экономической политики [2 с. 166-178].

В настоящее время в Российской федерации существует два основополагающих документа, регламентирующих правовые отношения между потребителями и предпринимателями в процессе приобретения товаров и услуг. Это прежде всего Закон «О защите прав потребителей» и издаваемые в соответствии с ним законодательные акты, а также Гражданский Кодекс РФ. Согласно ст.1095 ГК юридического лица вследствие конструктивных, рецептурных или иных недостатков товара, работы или услуги, а также вследствие недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге) , подлежит возмещению продавцом или

изготовителем товара, лицом, выполнившим работу или оказавшим услугу (исполнителем), независимо от их вины и от того, состоял потерпевший с ними в договорных отношениях или нет.

Институт обязательств по возмещению вреда, причиненного недостатками продукта, построен по модели безвиновной ответственности. В юридической литературе высказано мнение, что практически все существующие на сегодняшний день концепции объективного и субъективного характера охватываются теорией применения конструкции строгой юридической ответственности и поэтому в определенной степени имеют право на существование. Их отличие заключается в том, что объяснению подвергается та или иная грань этого сложного явления в зависимости от анализа объективных условий частного оборота либо субъективной потребности «особого» поведения лица» [3 с. 16].

Конструкция строгой юридической ответственности применяется, например, в странах Европейского союза, США, Великобритании, Австралии, Японии и др. С позиции теории «экономической сбалансированности сторон» строгая юридическая ответственность выступает как своеобразная компенсация потребителю «экономического неравенства», выраженного в отклонении товарно-денежных отношений, опосредуемых обязательствами предпринимателей, с одной стороны, и потребителей результатов их деятельности - с другой. Обеспечение безопасности товара, работы и услуги потребителю также создается за счет повышения нормативных требований к невиновному поведению продавца, изготовителя (исполнителя).

«Безвиновная ответственность просто констатируется как частное исключение из общего правила. Естественно, что только лишь констатация факта еще не вскрывает сущность феномена. Все исключения в праве должны иметь теоретическое обоснование, поэтому теория «вины с исключением» не имеет серьезного гносеологического значения, особенно с учетом того, что в настоящее время сфера безвиновной ответственности значительно расширилась и имеет тенденцию к дальнейшему расширению» [4 с.32-40]. Однако представляет некоторую познавательную ценность вывод О.С. Иоффе, сделанный им в более поздней работе, о том, что безвиновная ответственность является проявлением принципа справедливости [5 с. 40,41].

Освобождение от ответственности согласно ст. 1098 ГК РФ возможно только при доказывании возникновения вреда вследствие непреодолимой силы или нарушения потребителем установленных правил пользования товаром, результатами работы, услуги или их хранения, что не может быть поставлено в вину причинителю. В связи с этим и с учетом требований общей нормы ст. 1083 ГК РФ полагаем, что умысел потребителя в нарушении правил хранения, использования или транспортировки товара необходимо признать основанием для полного освобождения от ответственности невиновного изготовителя, исполнителя или продавца,

неосторожность потребителя - основанием, по усмотрению суда, к уменьшению размера ответственности [6 с. 88-91].

Субъектами обязательств выступают потерпевший и лицо, обязанное к возмещению вреда.

Потерпевшим считается лицо, жизни, здоровью либо имуществу которого причиняется вред вследствие недостатков товара, работы либо услуги. В российском гражданском законодательстве потерпевшими в данных обязательствах могут быть как физические, так и юридические лица. Однако закон выдвигает обязательные условия для признания их таковыми. Согласно ч. 2 ст. 1095 ГК правила, предусмотренные этой статьей, применяются лишь в случаях приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги) в потребительских целях, а не для использования в предпринимательской деятельности (например, оказание коммунальных услуг гражданам) [7 с. 31-38]. Иными словами, им могут быть сам покупатель товара (заказчик работы, услуги), лицо, к которому перешел товар (результат работы) от покупателя (заказчика) по какому-либо правовому основанию, члены семьи покупателя (заказчика), посторонние лица, например соседи, имущество которых пострадало от пожара, возникшего из-за самовозгорания телевизора, и т.п

Иными словами, им могут быть сам покупатель товара (заказчик работы, услуги), лицо, к которому перешел товар (результат работы) от покупателя (заказчика) по какому-либо правовому основанию, члены семьи покупателя (заказчика), посторонние лица, например соседи, имущество которых пострадало от пожара, возникшего из-за самовозгорания телевизора, и т.п

Закон называет в числе таких условий цель приобретения товара (работы, услуги). Эта цель должна быть «потребительской», а не «предпринимательской» [8].Обязанным лицом по данным видам деликтов выступают как физические, так и юридические лица. В обязательствах по возмещению вреда, причиненного вследствие недостатков товаров, в качестве обязанного лица выступают продавец и изготовитель. Право выбора субъекта ответственности принадлежит потерпевшему.

Предъявление требования о возмещении материального вреда, причиненного недостатками товара (работы, услуги), не исключает для гражданина возможности требовать компенсации морального вреда, если для этого имеются условия, указанные в вышеназванных гражданско-правовых нормах [9].

Противоправность действий изготовителя товара состоит в том, что им произведен товар с такими недостатками. Обычно эти недостатки носят скрытый характер и проявляются лишь при использовании (потреблении) товара. Однако, следует помнить, что речь идет именно о недостатках, а не об особых свойствах товара, о которых был предупрежден покупатель. *Так, например вышестоящая инстанция пришла к выводу, что в удовлетворении требования о признании недействительным договора купли-продажи*

парфюмерно-косметических товаров, признании кредитного договора незаключенным отказано правомерно, поскольку покупателю передано руководство по эксплуатации на русском языке, которое содержит необходимую информацию о товаре, доказательств наступления вреда в результате использования косметических средств не представлено, сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям кредитного договора [10].

Основное регулирование механизма защиты прав потребителей осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании» [11]. «…Указанный Федеральный закон направлен на развитие системы технического регулирования и упорядочение процедур установления требований безопасности к продукции и процессам ее производства, хранения, транспортировки, реализации, применения и уничтожения, процедур оценки и подтверждения соответствия продукции установленным требованиям, унификацию законодательства Российской Федерации в области технического регулирования, установление административной ответственности за нарушения законодательства в области технического регулирования» [12 с. 28-41].

Не предоставление полной и достоверной информации о товаре (работе, услуге) противоправно во всех случаях, когда это может послужить причиной возникновения вреда как вследствие неправильного использования товара (результата работы), так и из-за отсутствия у товара тех свойств, которые ему приписывались. Данный вид нарушения не следует сводить лишь к тем случаям, когда обязанность предоставить информацию о товаре (работе, услуге) закреплена конкретной нормой закона [13 с. 39-43].

Как при продаже (изготовлении) товара (работы, услуги) с указанными выше недостатками, так и при предоставлении недостаточной информации о товаре (работе, услуге) нарушается право потребителя на безопасность товара (работы, услуги), закрепленное ст. 7 Закона РФ «О защите прав потребителей». Сущность указанного права состоит в том, что любой товар (работа, услуга) при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации должен быть безопасен для жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинять вреда имуществу потребителя. При этом требования, обеспечивающие безопасность товара (работы, услуги), являются обязательными и устанавливаются в порядке, определенном законом.

Для возложения ответственности на продавца (изготовителя) товара или исполнителя работы (услуги) необходимо, чтобы между вредом, возникшим у потерпевшего, и недостатками товара (работы, услуги) или отсутствием у потерпевшего полной и достоверной информации о товаре (работе, услуге) имелась *юридически значимая причинно-следственная связь.* Причинная связь выражает соотношение между вредоносным действием и вредными последствиями, как между действием и результатом действия. *Бремя доказывания этой связи, равно как и обоснование размера вреда,*

возлагается на самого потерпевшего

К особым условиям возникновения обязательств по возмещению вреда, причиненного недостатками продукта, наиболее характерным является, несомненно, момент причинения вреда. В соответствии со ст. 1097 ГК РФ вред, причиненный вследствие недостатков товара, работы или услуги, подлежит возмещению, если он возник в течение установленных сроков годности товара (работы, услуги), а если срок годности не установлен, в течение десяти лет со дня производства товара (работы, услуги).

Сроки годности устанавливаются законом, государственными стандартами на продукты питания, парфюмерно-косметические товары, медикаменты, товары бытовой химии и иные подобные товары. Указанные сроки исчисляются со дня изготовления товара и, по сути, определяют период времени, в течение которого товар пригоден для использования по назначению. В течение срока годности продавец отвечает за любые недостатки товара (работы).

В отличие от срока годности **срок службы** устанавливается в отношении товаров (работ), предназначенных для длительного использования (холодильники, телевизоры, фотоаппараты и пр.)

В большинстве случаев вред причиняется именно в пределах срока службы, поскольку именно в этот период и выявляются недостатки товара, работы услуги. *Так, С. обратился в Гатчинский городской суд Ленинградской области с иском к ООО о расторжении договора купли-продажи, о возмещении материального и морального вреда. В обосновании заявленных требований истец указал, что в магазине он приобрел радиаторы отопительные секционные алюминиевые Mechtherm модель Jet R производства Италия. В процессе эксплуатации одна из секций радиатора дала течь и была демонтирована. в первой секции радиатора на внутренней стороне по центру было обнаружено отверстие площадью порядка 2 см, вследствие чего дальнейшая эксплуатация данной секции стала невозможной. Секция была демонтирована. В демонтированной секции был обнаружен производственный дефект. В результате образования отверстия в стенке секции радиатора отопления в квартиру несколько часов поступала горячая вода из системы отопления. В результате затопления испорчены плиты ДСП и пергамин, настеленные на пол, испорчены все напольные покрытия, ковролин, линолеум и ламинат, водой и паром испорчена мебель. Пришли в негодность большое количество детских книг и электронных игрушек, сгорело два телевизора. Погибли домашние питомцы попугай и аквариумные рыбки. В связи со сложной финансовой обстановкой истец не может произвести ремонт в квартире и вынужден жить с испорченным имуществом и бетонными полами. Добровольно возместить ущерб ответчик отказался, в связи с чем истец просил защиты нарушенного права в суде. Исковое требование удовлетворено полностью* [14].

За пределами названных сроков вред подлежит возмещению, если:

-в нарушение требований закона срок годности не установлен;

- лицо, которому был продан товар, для которого была выполнена работа или которому была оказана услуга, не было предупреждено о необходимых действиях по истечении срока годности и возможных последствиях при невыполнении указанных действий.

Продавец (изготовитель) товара, исполнитель работы (услуги) освобождаются от ответственности за вред, причиненный потерпевшему, только в двух случаях.

Первый из них - возникновение вреда вследствие непреодолимой силы. Это означает, что если вред причинен хотя бы и недостатком товара (работы, услуги), но под воздействием непреодолимой силы ответственность не наступает.

Второй случай обусловлен нарушением потребителем установленных правил пользования товаром, результатами работы, услуги или их хранения. При этом имеется в виду соблюдение как обычных правил пользования и хранения, так и специальных правил, характерных лишь для пользования или хранения данного конкретного товара (результата работы). Если соблюдать обычные правила должны все, ибо предполагается, что они известны каждому здравомыслящему человеку, то соблюдать специальные правила могут только те лица, которые о них проинформированы. В случае нарушения этой обязанности, в том числе тогда, когда соответствующая информация доведена до потребителя лишь на иностранном языке, ссылаться на нарушение правил пользования товаром (результатом работы) продавец (изготовитель, исполнитель) не может. Оба эти основания освобождения от ответственности за причиненный вред должны быть доказаны продавцом (изготовителем) товара или исполнителем работы (услуги).

Приведем примеры из судебной практики. *«Общество защиты прав потребителей Кировской области» в интересах потребителя М. обратилось в суд с иском к ЗАО «Моторавто» о защите прав потребителя, указав, что 17 октября 2013 г. М. купил у ответчика автомобиль Hyundai matrix за 474 500 руб. Автомобиль застрахован по условиям договора «Автокаско» и договору ОСАГО. На приобретенном М. автомобиле ответчиком установлена автомагнитола, защита картера, сигнализация, за что М. уплачено 16 025 руб. 60 коп. Тогда же М. приобретен комплект зимних шин на сумму 12 410 руб.*

19 октября 2013 г. в результате пожара автомобиль, находящийся в гараже М., сгорел. Также были уничтожены строение гаража стоимостью 28 060 руб., хозяйственное имущество, хранящееся в гараже на сумму 36 875 руб. и новый комплект резиновых шин стоимостью 12 410 руб., В выплате страхового возмещения М. было отказано, поскольку данный случай страховым не является. Истец просил расторгнуть договор купли-продажи автомобиля, взыскать с ответчика причиненный материальный

вред, компенсацию морального вреда, взыскать расходы на оказание юридических услуг и неустойку в размере 463 030 руб. 18 коп. за нарушение срока удовлетворения его требований.

Факт приобретения М. автомобиля в ЗАО "Моторавто" подтверждается договором купли-продажи от 17 октября 2013 г. (т. 1 л.д. 18 - 21), квитанцией об оплате стоимости товара (т. 1 л.д. 22), платежным поручением (т. 1 л.д. 64), актом осмотра-передачи автотранспортного средства от 17 октября 2013 г.

По акту выполненных работ к заказ - наряду от 17 октября 2013 г. на автомобиль истца ООО "Моторавто" установлены защита картера, автомагнитола, сигнализация, привод, за что М. уплачено 16 025 руб. 60 коп. (т. 1 л.д. 27). Тогда же истцом приобретен комплект зимних шин стоимостью 12 410 руб.

Факт пожара 19 октября 2013 г., в результате которого сгорело имущество истца (автомобиль, гараж, хозяйственное имущество, находящееся в гараже) подтверждается постановлениями об отказе в возбуждении уголовного дела, протоколом осмотра места происшествия, фотографиями.

В соответствии со справкой об исследовании от 19 ноября 2013 г., проведенном начальником сектора СЭУ ГУ «Судебно-экспертное учреждение Федеральной противопожарной службы «Испытательная пожарная лаборатория» по Кировской области» причиной возгорания автомобиля М. явилось тепловое проявление электрического тока в результате аварийного режима работы электрооборудования автомобиля (короткого замыкания).

При таких обстоятельствах суд удовлетворил заявленные требования [15].

И ещё один пример (о возмещении вреда, причиненного услугой).

Калужская региональная общественная организация «Калужский областной центр защиты прав потребителей» обратилась в суд в интересах А. с иском о взыскании неустойки, штрафа и компенсации морального вреда, сославшись на то, что 10 ноября 2013 года между А. и ЗАО «МПМК-3» заключен договор о долевом участии в строительстве жилья, согласно которому А. приняла на себя обязательство оплатить стоимость однокомнатной квартиры в строящемся доме, а ЗАО "МПМК-3" - передать ей в собственность указанную квартиру по окончании срока строительства, установленного договором не позднее II квартала 2014 года.

Целью договора долевого участия в строительстве многоквартирного дома от 10 ноября 2013 года, заключенного А. с ответчиком, являлось приобретение в строящемся доме конкретной квартиры для личных нужд, то есть для проживания А. Из пунктов 1.1, 2.3 указанного договора следует, что А. (инвестор) заключила договор с целью приобретения конкретного жилого помещения в собственность. Таким образом, А., приобретая

квартиру для личных нужд и инвестируя денежные средства на приобретение жилого помещения (квартиры), являлась потребителем оказываемых ЗАО «МПМК-3» услуг.

А. свои обязательства по договору исполнила, однако квартира ей передана не была.

Дополнительные соглашения к вышеназванному договору от 10 ноября 2013 года о переносе сроков сдачи в эксплуатацию жилого дома, в котором расположена приобретенная квартира, сначала на IV квартал 2014 года, а впоследствии - на I квартал 2015 года А. подписаны не были (л.д. 35, 36). По утверждению ответчика, срыв своевременного окончания строительства был обусловлен невыполнением подрядчиком (ООО «Мир Окон») обязательств по остеклению пластиковыми окнами возводимого многоквартирного дома. Согласно пункту 9 статьи 4 Федерального закона от 30 декабря 2004 года N 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» к отношениям, вытекающим из договора, заключенного гражданином - участником долевого строительства исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, применяется законодательство Российской Федерации о защите прав потребителей.

Судом исковые требования удовлетворены полностью [16].

Многие граждане полагают, что такая вещь как телевизор практически безопасна, однако, это не так. *В Кировском районе взорвался телевизор: 12 человек эвакуированы (29 августа 2011г.). Минувшей ночью в Кировском районе Новосибирска от взрыва телевизора загорелась трехкомнатная квартира. Как сообщает Управление МЧС по Новосибирской области, ночью 29 августа в трехкомнатной квартире на 5-м этаже 9-этажного дома по адресу ул. Комсомольская, 31 произошел пожар.*

Во время тушения огня пожарные эвакуировали из дома 12 жильцов. Огонь повредил только одну квартиру — здесь обгорели домашние вещи, мебель, закоптились стены. Предполагаемая причина пожара — нарушение правил пожарной безопасности при эксплуатации бытовых электроприборов. По словам хозяйки поврежденной квартиры, перед пожаром в комнате взорвался включенный телевизор [17].

И еще один пример: «…*Взорвался телевизор у жителей деревни Моркинского района (Марий Эл) (29 апреля 2010г.). В результате взрыва телевизора в частном доме в д. Немецсола Моркинского района начался пожар. Как рассказали в ГУ МЧС России по Марий Эл, от взрыва телевизора произошло возгорание. В результате пожара повреждена внутренняя отделка дома, мебель, имущество. В момент взрыва дома никого не было – хозяева находились на садовом участке. К приезду пожарных сельчане справились с возгоранием собственными силами»* [18]. В приведенных мною примерах потерпевшие могут обратиться в суд за

компенсацией вреда, причиненного имуществу.

Анализ судебной практики приводит нас к выводу о том, что истец (потребитель) не всегда обладает достаточными доказательствами причинения вреда именно товарами, работами, услугами. *Так, податель жалобы указывает, что между ним и магазином был заключен договор купли-продажи арки. Размеры были сделаны замерщиком магазина, была оговорена дальнейшая установка. Когда арку привезли, выяснилось, что она не соответствует размерам и образцу. Истец обратилась с претензией о замене товара, не соответствующего размерам, указанным в договоре. Магазин взял верхнюю часть арки на переделку. После доработки арка также не соответствовала размерам, указанным в договоре. Кроме того, при монтаже арки была испорчена часть стены. Для того, чтобы восстановить испорченную часть разрушенного проема в стене квартиры, истец должна нести материальные затраты. Ответчик не представил суду доказательств того, что часть стены была разрушена не по их вине. Суд отказал в удовлетворении исковых требований, основывая решение только на объяснениях представителя ответчика. Не представлено ответчиком доказательств того, что товар был надлежащего качества. Но и истица не представила доказательств разрушения стены именно при установке арки. Кроме того, установлено, что в особых условиях договора указано, что размеры и вариант крепления предоставлены заказчиком, претензий по изготовлению истец иметь не будет, возврату товар не подлежит. При таких обстоятельствах суд отказал в удовлетворении иска* [19].

В целом, хотелось бы заметить, что вред, причиненный в результате некачественно оказанной услугой, выполненной работой или недоброкачественным товаров – очень распространенный вид причинения вреда имуществу.

Использованные источники:

1. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей» // СЗ РФ, 15.01.1996, N 3, ст. 140; Российская газета, N 154, 16.07.2015.
2. Товмасян А. Р. Обязательства по возмещению вреда, причиненного недостатками продукта, в составе гражданско-правовых средств обеспечения безопасности потребителя // Теория и практика ограничения прав человека по российскому законодательству и международному праву.- Н. Новгород, 1998.— Ч. 2. - Т . 2.-С. 166-178.
3. Хужин А.М. Указ. соч.
4. Богданов Д.Е. Справедливость как основное начало формирования безвиновной деликтной ответственности // Адвокат. 2012. N 6.
5. Иоффе О.С. Вина и ответственность по советскому праву // Советское государство и право. 1972. N 9.
6. Ракитина Л.Н., Кондратьева А.Б. О возмещении убытков и отказе от

исполнения договора купли-продажи в потребительских правоотношениях // Общество и право. 2011. N 2. С. 88 - 91.
7. Шехтер А.И. Защита прав потребителей при оказании коммунальных услуг // Законы России: опыт, анализ, практика. 2012. N 12. С. 31 - 38.
8. Гражданское право. Часть вторая: Учебник/Под общей ред. А.Г. Калпина.- М.:Юристъ, 2007.С.134
9. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2012. №9.
10. Определение Свердловского областного суда от 05.02.2015 по делу N 33-1415/2015: URL: /http: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72327/httl (просмотр 21.03.2015г.).
11. Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. от 13.07.2015) // Собрание законодательства РФ. 30.12.2002. N 52 (ч. 1), ст. 5140; 2015, N 29 (ч. 5), ст. 4342.
12. Семенов С.В. Законодательные аспекты совершенствования механизмов защиты прав потребителей и технического регулирования // Торговое право. 2011. N 3. С. 28 - 41.
13. Маркова О.А. Соотношение договорной и деликтной ответственности в сфере защиты прав потребителей // Право и экономика. 2010. N 9. С. 39 - 43.
14. Определение Ленинградского областного суда от 02.08.2014 N 333450/2014:URL:/http:www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72327/http l (просмотр 26.09.2015г.).
15.Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 15 декабря 2014 г. по делу N А73-66567/2014-25-653: URL: /http: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72327/httl (просмотр 28.09.2015г.).
16. Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 10 октября 2015 г. по делу №А23-1131/06Б-15-91: URL: /http: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72327/httl (просмотр 21.11.2015г.).
17. URL: /http: www.news. ngs. Ru / httl(просмотр 31.10.2015г.).
18. URL: /http: www. vmariel ru / httl(просмотр 31.10.2015г.).
19.Определение Ленинградского областного суда от 12.02.2013 N 33-617/2012: URL: /http: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72327/httl (просмотр 01.09.2015г.).

Копылов Н.Н.
магистрант 2 курса
факультет “Факультет математической экономики, статистики и информатики”
ФГБОУ ВПО “РЭУ им. Г.В. Плеханова"
Россия, г. Москва

ОСОБЕННОСТИ ПАТЕНТОВАНИЯ В РОССИИ

В данной работе в сжатой форме приводятся некоторые факторы обеспечения конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Ключевые слова: импортозамещение, внешнеэкономическая деятельность

На сегодняшний день число изобретений, сделанных в России, с каждым годом снижается на 20-30% относительно зарубежных, защищённых патентами РФ. В некоторых высокотехнологичных отраслях, например, в биотехнологии и распознавании образов, число иностранных разработок составляет более половины от общего числа зарегистрированных в нашей стране. Таким образом, зарубежные патентодержатели получают преимущество перед российскими компаниями, и со вступлением России в ВТО ситуация лишь ухудшится.

Недостаточная патентозащищенность российских изобретений обусловлена объективными проблемами – слабым финансированием науки, разрывом поколений, недооценкой изобретательства. Однако одновременно с этим играют негативную роль распространенные заблуждения относительно патентования.

Первое связано с тем, что люди чересчур боятся сложности оформления патента, считают это бесперспективным, ведь патентоведы зачастую не привыкли объясняться доступным для новичка языком. С другой стороны, компании-посредники убеждают потенциального клиента в его неспособности самостоятельно разобраться во всех тонкостях.

Изобретатели, делающие первые шаги, опасаются воровства своего ноу-хау. Но это не отменяет необходимости получения патента, в котором, конечно, нужно с помощью известных приемов скрывать содержание идеи.

Также проблемой является выбор типа патента, определяемый патентной стратегией. По своему назначению их можно разделить на блокирующие, деблокирующие, дезориентирующие (дезинформирующие), рекламные, досаждающие, маскирующие, провокационные, пионерские, зингеровские, зонтичные, тендерные, отчетные, адаптационные и комбинационные.

Любая фирма рано или поздно столкнется с необходимостью защиты интеллектуальной собственности. Все чаще приходится отстаивать свои имущественные права, например, в ситуации, когда недавно уволенный работник предъявляет оформленный на себя патент на продукцию данной компании.

При участии в различных тендерных торгах организации приходится демонстрировать свой научный потенциал. Для этого в заявке стоит обратить внимание на области применения, на доказательства достижения технических результатов на максимально понятном языке для удобства принятия решения об инвестировании проекта. Участник тендера с меньшими возможностями, но обладающий патентами по предложенной тематике, имеет все шансы выиграть конкурс.

В настоящее время в соответствии с гражданским кодексом РФ организации обязаны патентовать изобретения, созданные с привлечением средств государственного бюджета.

Важно наличие патентов при реализации комплектующих. Конечный производитель отвечает за патентную чистоту изделия в целом и, безусловно, отдаст предпочтение комплектующим, защищенным патентами.

Таким образом, очевидна необходимость защиты интеллектуальной собственности. Прежде всего, требуется определить, зачем нужны патенты, и в зависимости от этого строить стратегию патентования и создавать патентную службу либо привлекать агентов со стороны. Подготовка заявок на получение патентов стимулирует изобретательскую деятельность и должна стать ее неотъемлемой частью.

Использованные источники:

1. Горлатов А. С. Патентование как инструмент правовой защиты интеллектуальной собственности новаторов // Новый университет. Серия «Экономика и право». – 2012. – № 9. – С.44-46.
2. Зинов В.Г., Куприянова О.И. Экономика патентования // Экономика науки. – 2015. – № 1. – С. 26-40.
3. Коршунов Н. М. Право интеллектуальной собственности // М.: Юнитидана: Закон и право, 2012. - 327 с.
4. Ламберова Н. А. Роль интеллектуальной собственности в стимулировании инновационной активности (на примере патентования) // Вестник казанского технологического университета. – 2009. - № 5. - С. 119-124.
5. Сергеев А.П. Патентное право // М.: Издательство БЕК, 1994. — 202 с.
6. Соколов Д.Ю. Современные патентные технологии // Инновации. – 2012. - № 9 (167). - С. 97-100.
7. Шмелева Д.В. Правовые основы инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего инновационного предпринимательства // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 5: Юриспруденция. – 2014. - № 5. – С. 110-113

Костомарова Е.О.
студент магистратуры ИДО
Тюменский государственный университет
Магистерская программа
«Гражданское право, семейное право,
международное частное право»
Россия, г. Тюмень

О НАСТОЯЩЕМ И БУДУЩЕМ БРАЧНОГО ДОГОВОРА

Статья посвящена институту брачного договора – новому для российского законодательства. Он был невозможен, да и не нужен в условиях социализма. Но он был неизвестен и дореволюционному российскому законодательству. Брачный договор пришел в наше законодательство из правовой системы зарубежных государств, где он существует уже не одно столетие.

Введение института брачного договора позволило заложить новый подход в регулировании семейных имущественных отношений, заменив императивно-дозволительный метод на диспозитивный.

Ключевые слова: брачный договор, гражданско-правовой договор, имущество супругов, права, обязанности.

Повторить все на английском языке!

Брачным договором признается соглашение лиц, вступающих в брак, или соглашение супругов, определяющее имущественные права и обязанности в браке и в случае его расторжения. [2, ст. 40] Брачный договор заключается в письменной форме и подлежит нотариальному удостоверению. Не удостоверенный Брачный договор не имеет юридической силы.

Брачный договор является разновидностью гражданско-правового договора. В связи с этим он должен соответствовать основным требованиям, предъявляемым к гражданско-правовым сделкам, как по форме заключения, так и по содержанию и свободе волеизъявления сторон. Сделка в письменной форме должна быть совершена путем составления документа, выражающего ее содержание. Текст договора должен быть написан ясно и четко, относящиеся к содержанию договора числа и сроки обозначены хотя бы один раз словами. Фамилии, имена и отчества граждан, их адреса и место жительства должны быть полностью указаны. Договор должен быть скреплен подписями лиц, его заключивших. Если гражданин вследствие физического недостатка, болезни или неграмотности не может собственноручно подписаться, то по его просьбе сделку может подписать другой гражданин. Подпись последнего должна быть засвидетельствована нотариусом либо другим должностным лицом, имеющим право совершать такое нотариальное действие, с указанием причин, в силу которых совершающий сделку не мог подписать ее собственноручно. [1, п. 3 ст. 160]

Брачный договор может быть заключен как в отношении имеющегося,

так и в отношении будущего имущества супругов. Обычно такой договор заключается тогда, когда в составе имущества супругов имеется или может быть недвижимость, средства производства и т.п. Супруги вправе определить в договоре права и обязанности по взаимному содержанию, как на период брака, так и на случай его расторжения. При этом они вправе отступить от законного порядка взаимного алиментирования, возможного лишь при наличии у претендующего на содержание супруга нетрудоспособности и нуждаемости одновременно. Нуждающийся, но трудоспособный супруг по закону не имеет права на содержание от супруга, за исключением случаев, предусмотренных абзацами 3, 4 п. 2 ст. 89 и СК РФ. В отличие от этого брачный договор дает возможность самим супругам решить вопрос об основаниях взаимного содержания. Супруги вправе определить в договоре способы участия в доходах друг друга. В данном случае к сказанному следует отметить, что по общему правилу под доходами понимаются денежные и иные поступления от вещи, обусловленные ее участием в гражданском обороте. Так, в соответствии с ГК РФ к доходам относятся дивиденды от акций и ценных бумаг, проценты по банковским вкладам, арендная плата и т.п. [1] Также супругам предоставлена возможность определить в брачном договоре порядок несения семейных расходов. Речь идет о различных видах семейных расходов, потребность в которых существует в данной семье и зависит, в первую очередь, от уровня ее материального обеспечения.

И, наконец, супруги вправе определить то имущество, которое будет передано каждому из них в случае расторжения брака.

Вместе с тем в законе очерчен круг вопросов, которые не могут быть предметом брачного договора. Так, договором не могут быть ограничены правоспособность или дееспособность супругов. Также не может быть ограничено брачным договором право каждого из супругов на обращение в суд за защитой своих прав. Кроме того, в брачном договоре не могут содержаться положения, ограничивающие право нетрудоспособного нуждающегося супруга на получение содержания от второго супруга, а также иные условия, ставящие одного из супругов в крайне неблагоприятное положение или противоречащие основным началам семейного законодательства. Помимо этого, брачным договором не могут быть урегулированы права и обязанности супругов в отношении детей, поскольку для решения этих вопросов Семейным кодексом предусмотрены другие договорные возможности (алиментное соглашение и т.д.). И, наконец, закон устанавливает прямой запрет на регулирование в брачном договоре личных неимущественных отношений между супругами. Нельзя, например, установить в договоре обязанность супругов любить и уважать друг друга, хранить супружескую верность и т.п.

Вопрос объема брачного договора, количества и содержания включенных в него положений, решается по обоюдному согласию супругов или лиц, собирающихся вступить в брак. Договор, состоящий из одного

пункта, также имеет право на существование, как и его многостраничный аналог.

Статьями 43, 44 СК РФ предусмотрен порядок изменения и расторжения брачного договора, а также признания его недействительным [2]. По соглашению супругов брачный договор может быть изменен или расторгнут в любое время, подобно другому гражданско-правовому договору. Соглашение об изменении или расторжении должно быть нотариально удостоверено. Вместе с тем ни один из супругов не вправе отказаться от исполнения брачного договора в одностороннем порядке. Поэтому при отсутствии взаимного согласия супругов брачный договор может быть изменен или расторгнут по требованию одного из них в судебном порядке. При этом суд будет руководствоваться нормами Гражданского кодекса, действующими в отношении договоров.

Особым основанием изменения или расторжения договора является предусмотренное ст. 451 ГК РФ существенное изменение обстоятельств, из которых стороны исходили при его заключении. Изменение обстоятельств признается существенным, когда они изменились настолько, что если бы стороны могли это разумно предвидеть, то договор вообще не был бы ими заключен или был бы заключен на значительно отличающихся условиях.[3, с. 25] Так изменение материального или семейного положения, как правило, может служить подтверждением того, что обстоятельства, из которых исходили супруги, заключая брачный договор, существенно изменились.

Обязательства сторон прекращаются в зависимости от момента расторжения договора. Так, при наличии взаимного согласия брачный договор прекращается с момента достижения этого согласия, удостоверенного нотариусом, а при разрешении дела судом – с момента вступления решения суда в законную силу. Помимо этого, действие брачного договора автоматически прекращается с момента прекращения брака. Исключением являются те обязательства, которые были предусмотрены в брачном договоре именно на случай расторжения брака (например, по взаимному содержанию, связанные с разделом имущества и т.п.).

Брачный договор может быть не только расторгнут, но и признан недействительным как не соответствующий требованиям закона. Особенностью договора, признанного недействительным, является то, что он не влечет тех правовых последствий, на которые был направлен, с момента его совершения. Специальные основания признания брачного договора недействительным установлены в п. 2 ст. 44 СК РФ и п. 3 ст. 42 СК РФ.

Следует подчеркнуть, что при нарушении запретов, установленных в п. 3 ст. 42 СК РФ, применяется гражданско-правовое законодательство о недействительности сделок (ст. ст.177-181 ГК РФ).

Круг проблем, связанных брачным договором, не исчерпывается правовыми проблемами. Несмотря на заметный интерес к этому правовому институту, нового для России, отношение к нему в обществе неоднозначно.

Для того, чтобы предвидеть перспективы его развития в нашей стране, необходимо, в первую очередь, понять, что привлекает, а что отталкивает людей от самой идеи брачного договора.

Общей, законом установленной формы брачного договора не существует. В соответствии со ст. 421 ГК РФ условия договора определяются по усмотрению сторон.[1] В случаях, когда условие договора предусмотрено нормой, которая применяется постольку, поскольку соглашением сторон не установлено иное (диспозитивная норма) стороны могут своим соглашением исключить ее применение либо установить условие, отличное от предусмотренного в ней. При отсутствии такого соглашения условие договора определяется диспозитивной нормой.

Институт брачного договора был введен в законодательство, по моему мнению для граждан, которые только желают вступить в брак либо уже в браке, и при этом желающих документально закрепить и определить имущественные права и обязанности каждого супруга как в браке, так и в случае его расторжения.

Институт брачного договора в России находится еще в зародышевом состоянии, имеется много пробелов. Значительная часть брачных договоров расторгается в суде на основании признания договора, заключенного на крайне невыгодных условиях для одного из супругов.

Поэтому сегодня, учитывая имеющуюся правовую базу, судебную практику, учитывая длящийся характер семейных брачных отношений, нужно развивать и совершенствовать положения законодательства о брачном договоре, для соблюдения интересов каждой из сторон, участвующих в семейных отношениях.

О возможности заключения брачного договора сегодня знает большинство жителей нашей страны, для которых этот вопрос может быть актуальным. Однако можно отметить, что интерес к брачному договору носит на сегодняшний день скорее «теоретический» характер, применять эту форму отношений в реальной жизненной практике граждане не спешат. Применение брачных договоров в нашей стране распространено не настолько, чтобы можно было уверенно заявить о широком проникновении в массы данного института. Но все же постепенно договор прокладывает себе дорогу на российском семейно-брачном пространстве.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994. № 51-ФЗ: по сост. на 13.07.2015 [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 15.10.2015).
2. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ: по сост. на 28.11.2015 [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 01.12.2015).
3. Мыскин А.В. Брачный договор: для кого он предназначен. // Семейное и жилищное право. – 2007 № 2. – С. 23-29.

Кроливец Я.Г.
магистрант
УИУ РАНХиГС
Россия, г. Екатеринбург

ПОНЯТИЕ «ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПОРЯДОК» КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ В ГМУ

Обеспечение общественного порядка одна из главных функций государства, которая включает в себя систему многочисленных общественных отношений и ее защиту, а также конституционное обеспечение прав и свобод российских граждан. Поэтому в области ГМУ литературе посвящено множество работ данной теме[4]. Однако ответ на вопрос, что такое общественный порядок действующее законодательство Российской Федерации не дает. Получается, что нормативно закрепленная задача охраны общественного порядка не имеет четких «границ» ее решения, поскольку нет четко определенного понятия как общественный порядок. Анализ проблемы понятия общественного порядка позволит более точно определить круг общественных отношений, составляющих его суть, уяснить природу и характер социальных норм, призванных регулировать и охранять эти отношения, определить компетенцию государственных органов и общественных организаций по поддержанию необходимого режима порядка в обществе.

С точки зрения обыденного сознания, современный русский толковый словарь трактует слово «порядок» как «правила, нормы общественного благоустройства, образа жизни, поведения; режим, обычай». Также рассматриваемое понятие чаще всего ассоциируется с такими категориями как спокойствие, радость, мир, покой, уравновешенность. Из этого следует, что социальный (общественный) порядок включает в себя обеспечение определенных условий для сохранности устоявшегося состояния общества.

В современной юридической литературе выделяется 3 подхода к понятию «общественный порядок»: правой, социальный и социально-психологический.

На сегодняшний день правовая наука рассматривает общественный порядок в узком и широком смысле. В узком смысле к общественному порядку относят не всю систему сложившихся общественных отношений в государстве, а лишь те, которые касаются социально-политической жизни страны и возникают в общественных местах. Такой подход имеет практическое значение для тех органов государственной власти, на которые возложена функция обеспечения общественного порядка.

В широком смысле под понятием общественный порядок подразумевают систему общественных отношений государства, которые возникают при условии всеобщего следования и правовой реализации в социуме действующих общественно важных принципов и норм, которые определяют поведение институтов власти, общества и общественных организаций. В таком значении общественный порядок является объектом

охранительного воздействия всех социальных институтов государства[1]. В следствие выше сказанного общественный порядок включает в себя особую политику государства, включающая в себя реализацию государственными органами и общественностью особых мер по обеспечению защиты прав и свобод граждан, а также стабильного функционирования общественных институтов.

Если рассматривать общественный порядок в сфере административно-правой защиты, то необходимо выявить отличие понятия общественного порядка от другого смежного понятия, как правопорядок. При таком подходе общественный порядок понимается как совокупность взаимосвязанных отношений и связей социального характера, которая регулируется всеми социальными нормами, в отличие от правопорядка, включающего лишь отношения, возникающие под воздействием правовых норм.

В социологии понятие «общественный порядок» также рассматривается в двух аспектах. Только в данном направлении это будет общественный порядок как цель и общественный порядок как средство. В социологическом аспекте любая цель в общественном развитии является ступенью к следующей цели, и на определенном этапе становится средством. При этом любое средство содержит в себе цель как итог реализации. Отсюда следует различать деятельность по поддержанию общественного порядка (цель достигнута) и деятельность по созданию общественного порядка (цель не достигнута). Данное различие стоит учитывать, при анализе средств, используемых в соответствующих видах деятельности.

Если рассматривать общественный порядок как социальную категорию, то тогда изучаемое понятие будет включать в себя всю систему общественных отношений, которые взаимосвязаны экономическим базисом и подчинены определенным социальным правовым и неправовым (моральным) нормам, определяющим поведение участников данной системе[5]. И тогда общественный порядок – это особое состояние общества в целом, при котором поддерживается постоянное соотношение норм права и морали при содействии специальных компетентных органов государственной власти. Инструментарием в таком случае служит система мер, которая направлена на обеспечение не только общественной, но и личной безопасности каждого гражданина, а также свободное пользование своими правами и свободами[2].

При социальном и правовом подходах, многими учеными общественный порядок определяется как система общественных отношений, в которой важен каждый индивид. В таком случае, стоит уделить внимание социально-психологическому подходу, который объясняет складывающиеся взаимоотношения и их причины.

На современном этапе социально-психологическая сторона раскрывается с помощью понятия «потребности», их удовлетворение и взаимоотношения, возникающие на фоне удовлетворения потребностей.

Тогда определение общественного порядка будет звучать так – это система взаимоотношений между индивидами, при которой обеспечивается эффективное удовлетворение имеющихся потребностей и баланс между существующими ценностями и нормами.

При стандартном анализе понятия, обычно выделяют суть, цель, задачу, средства, но социально-психологический аспект включает в себя анализ места и времени возникновения и дальнейшего развития взаимодействия индивидов. В таком случае, общественный порядок будет включать себя систему общественных отношений, которые возникают и развиваются не только в общественных местах, но и вне их [3].

Проанализировав три аспекта понятия «общественный порядок» можно сделать вывод, что в него входят такие основополагающие элементы, как: система общественных отношений, нормы морали и права, компетентные органы государственной власти, система мер, обеспечивающая общественный порядок, отношения, возникающие в общественных местах, и вне их, свободы и права граждан.

Опираясь на мнение других авторов, предлагаем вывести интегрированное видение рассматриваемого понятия для эффективного государственного управления. Общественный порядок – это система общественных отношений, возникающая в общественных местах и вне их, основывающаяся на соотношении норм морали и права и включающая в себя деятельность компетентных органов государственной власти по поддержанию общественного порядка, по его созданию и по обеспечению прав и свобод каждого гражданина государства. Таким образом, общественный порядок — это комплексное явление общественной жизни, состоящее из многих относительно самостоятельных элементов, которые в своей совокупности представляют сложный механизм взаимодействия.

Использованные источники:

1. Бредихин И.Д. О понятии и содержании общественного порядка в административном праве // Вестник Воронежского государственного университета. 2010. №1. С. 206-219

2. Жильковский Н.Н. Органы внутренних дел в государственном механизме обеспечения общественного порядка и безопасности граждан: Организационно-правовой анализ. Санкт-Петербург, 2000. 296 с. [Электронный ресурс] URL: http://www.dissercat.com/content/organy-vnutrennikh-del-v-gosudarstvennom-mekhanizme-obespecheniya-obshchestvennogo-poryadka (дата обращения 21.11.15).

3. Селифанов А.А. Общественный порядок как социально-психологическое явление // Вестник Санкт-Петербургского университета Министерства внутренних дел России. 2008. №1. С212-216.

4. Сидорцов Р.В. Законодательное регулирование субъектами Российской Федерации ответственности за административные правонарушения, посягающие на общественный порядок: диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2005. 159 с. [Электронный ресурс]

URL: http://www.dissercat.com/content/zakonodatelnoe-regulirovanie-subektami-rossiiskoi-federatsii-otvetstvennosti-za-administrati (дата обращения 20.11.2015)
5. Сухачев И.Ю. О соотношении понятий “общественный порядок” и “общественная безопасность”// Вестник Восточно-Сибирского института Министерства внутренних дел России. 2009. № 4. С. 8-12.

Малиненко Э.В., к.юр.н.
доцент
кафедра конституционного и муниципального права
Чернокоз Е.М.
студент 3 курса
факультет «Государственное и муниципальное управление»
Чуднова К.С.
студент 3 курса
факультет «Государственное и муниципальное управление»
Южно-Российский институт управления
филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
Россия, г. Ростов-на-Дону

МОЛОДЕЖЬ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА

Статья посвящении проблемам трудоустройства молодежи. В ней освящены такие аспекты как трудовое воспитание современной молодежи и причины возникновения сложностей в трудоустройстве подростков. Также в статье приведены пути решения данных проблем, которые, на наш взгляд, являются наиболее актуальными в современных условиях.

Ключевые слова: Трудоустройство, молодежь, подростки, проблемы трудоустройства, пути решения.

На сегодняшний день трудовое воспитание у подростков отсутствует. Если сравнивать наши дни и советский период, то можно отметить, что в советское время трудовому воспитанию придавалось большое значение, создавались специальные трудовые лагеря, что нельзя сказать про сегодняшние дни, система разрушена.

В настоящее время процесс трудового воспитания подростков непосредственно связан с базовыми моральными ценностями, закладывающимися в социализации личности. А, как известно, в начале процесса становления личности стоит его семья.

Семья является важнейшим социальным институтом общества. Именно она закладывает основы нравственного, духовного, а также трудового воспитания молодежи. Помимо семьи, развитием у подрастающего поколения любви к труду, должно заниматься государство.

Детей нужно учить зарабатывать деньги уже в подростковом возрасте.

Таким образом, они научаться ценить деньги своих родителей и поймут, каким трудом достаются финансовые блага.

Современные проблемы, связанные с трудоустройством молодежи можно концептуально разделить на три ветви.

Первая, это сами подростки, вторая – это работодатели, третья - законодательство.

Первая ветвь – подростки. Во-первых, не все несовершеннолетние дети хотят работать, и это большой минус с их стороны, т.к. они не осознают, что трудоустройство – это неотъемлемая часть жизни. Попробовав работать в раннем возрасте, ребенок понимает, приспособлен он к данному виду деятельности или нет, нравиться ли ему выполнять данную работу, что в будущем может послужить толчком при выборе профессии. Во-вторых, многие дети просто боятся начинать работать в раннем возрасте. И это тоже не правильно, так как переборов боязнь в данном возрасте, им будет проще устроиться будучи совершеннолетним. Подойдя к выбору профессии - у подростка сформируется представление о: режиме работы, коллективе, начальстве, а также собственном предназначении в данной сфере. Поэтому детей нужно направлять и привлекать к труду.

Что касается второй ветви, зачастую работодатель отказывает в приеме на работу, в силу возраста работника, т. е. несовершеннолетнего. Это одна из наиболее злободневных проблем не только несовершеннолетних, но и лиц старше 18 лет, окончивших высшие или средне-специальные учебные заведения. Работодатели стараются привлекать в свои ряды наиболее опытных работников, имеющих определенный стаж работы. К несовершеннолетним, работодатели относятся, как бы опасаясь в неграмотности и несоответствия уровня предлагаемой работы.

Третья «ветвь» проблемы трудоустройства несовершеннолетних- законодательство.

Российское законодательство в отношении лиц, не достигших 18 летнего возраста, вводят ряд ограничений, целью которых является охрана их здоровья и поддержания их нравственного развития. Ведь именно эти показатели являются наиболее важными в воспитании здоровой нации, поэтому государство уделяет особое внимание именно этим показателям.

Трудовым кодексом РФ установлены ограничения по видам работ, которыми могут заниматься граждане, которые ещё не достигли 18 лет. В первую очередь это те виды работ, где опасности подвергается жизнь и здоровье подростка. К таким видам относятся «работы, условия труда которых являются вредными или опасными, также это подземные работы. Существуют ограничения и на деятельность несовершеннолетних, которая может нанести вред нравственному воспитанию и развитию несовершеннолетнего»26. Это, например работа в казино. Такой же вред может нанести и работа непосредственно связанная с алкоголем и

[26] Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 года N 197-ФЗ – статья 265

табачными изделиями, некоторыми медицинскими препаратами, токсичными веществами и наркотическими средствами.

Помимо этого законодательством установлен запрет для несовершеннолетних на передвижение грузов, которые превышают установленные нормы. «Для лиц, не достигших совершеннолетия, устанавливается сокращенная рабочая неделя. Для подростков от 14 до 16 лет 24-часовая рабочая неделя, а для лиц от 16 до 18 лет – 36-часовая рабочая неделя»27.

Для несовершеннолетних, которые проходят обучение в очной форме, совмещая при этом учебу с работой, устанавливается особая продолжительность недели, для лиц в возрасте до 16 лет это 12-часовая рабочая неделя, а для лиц в возрасте от 16 до 18 лет – 18-часовая, о чем гласит статья 92 ТК РФ.

Оплата труда несовершеннолетних работников осуществляется пропорционально длительности их рабочего времени или при сдельной оплате труда – пропорционально норме выработке.

По законодательству запрещается какая-либо дискриминация в размере оплаты труда, в том числе по возрастному признаку. Так, если один рабочий час взрослого человека оплачивается в 225 рублей, то и для несовершеннолетнего оплата должна быть равна 225 рублей за час работы.

Трудовой Кодекс разрешает «по усмотрению работодателя осуществлять дополнительные выплаты к основной заработной плате при полной рабочей неделе лицам, не достигшим 18 лет, за счет собственных бюджетных средств, до уровня оплаты труда совершеннолетнего работника»28.

Из вышесказанного, можно отчетливо увидеть, что в России особое внимание уделяется проблемам трудоустройства молодёжи со стороны законодательства, по сравнению со всеми остальными категориями граждан, но существует множество проблемных аспектов в данном направлении.

Проведенный анализ, обозначил ключевые аспекты решения данной проблемы. По нашему мнению, значительно поменяло бы масштаб проблемы создание в государственных организациях мест (кадрового резерва) для несовершеннолетних. Новые кадры стали бы в дальнейшем работниками, имеющими не только высшее образование по профессии, но и опыт работы, что в значительной мере повысило бы производительность труда. А также, занимаясь по профессии еще до совершеннолетия, возрастает интерес к занимаемой должности, что решает еще одну проблему современности – «нелюбимая работа».

Так же значительным двигателем на пути к совершенствованию в сфере трудоустройства несовершеннолетних, было бы создание программ по прохождению практик и обучению школьников по их будущей

[27] Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 года N 197-ФЗ – статья 270
[28] Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 года N 197-ФЗ – статья 271

специальности. Данное решение проблемы в значительной мере помогало бы школьникам выбрать наиболее интересную ему специальность, адаптироваться в кругу единомышленников и более заинтересованно подходить к процессу изучения необходимых предметов.

У работодателя в условиях кризисной ситуации в экономике возникает вопрос выбора: обучать или взять опытного работника. Естественно, задача работодателя состоит в том, чтобы услуга или продукт были выполнены качественно и профессионально.

Подводя итог о возможных путях совершенствования проблемы трудоустройства несовершеннолетних, можно сделать вывод, что вышеперечисленные способы более чем реальны и реализуемы. Необходимыми инструментами в решении данной проблемы должны оперировать как государство, так и работодатель, так как именно подрастающее поколение – залог процветания любой структуры, организации.

А если бездействовать, гасить в подростках интерес не только к зарабатыванию денег, но и к труду, мы вернемся к началу. К тому началу, где человек заново учиться трудиться и строить своё будущее.

Использованные источники:

1. Трудовой Кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 года N 197-ФЗ – 272 с.
2. Анохин С.А., Ахмедов Р.М., Батрова Т.А., Березко О.В.. Бородин Г.З., Ильясов М.З., Левкина Е.С.. Эриашвили Н.Д. Правовое регулирование труда несовершеннолетних работников. ЮНИТИ-ДАНА. 2015 г. – 111 с.
3. Докшина А.Ю., Фардзинова З.А. Занятость подростков в летний период и свободное от учебы время // Студенческая наука XXI века. 2015 г. – С. 130-132.
4. Клечковская Л.Г. Правовое регулирование занятости населения в Российской Федерации. М.: РТА. 2014 г. – 118 с.
5. Протченко Е.А. Труд несовершеннолетних работников: история и современное развитие // Проблемы права. 2014 г. – С. 88-90.
6. Фазлыева А.Ф., Скрябина Л.С., Социально-педагогическая поддержка несовершеннолетних - приоритетное направление государства в сфере труда // Народное образование. 2013 г. – С. 23-29.
7. Франц О.Б., Лобова Е.В. Проблемы и возможности развития региональной инфраструктуры трудоустройства молодежи // Экономика региона. 2013 г. – С. 41-53.
8. Шумилина Т.О. Права несовершеннолетних при трудоустройстве // Народное образование. 2015 г. – С. 128-130.

Меметова Э.Э.
студент 4 курса
факультет экономики, менежмента
и информационных технологий
ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет»
Ломко И. Г., к.полит.н
научный руководитель, доцент
Республика Крым, г. Симферополь

РОЛЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В БОРЬБЕ С МЕЖДУНАРОДНЫМ ТЕРРОРИЗМОМ

Терроризм в любых формах своего проявления является одной из опаснейших по своим масштабам, непредсказуемости и последствиям общественно-политических и моральных проблем, с которыми человечество столкнулось вновь в XXI веке.

Терроризм как социальное явление исследуется в работах Л. П. Бремера, П. А. Кошеля. В условиях глобализации мирового пространства особый интерес к последствиям терроризма наблюдается в трудах российских ученых В. Е. Петрищева и Е. Я. Сатановского.

Целью исследования является определение роли Российской Федерации в борьбе с международным терроризмом.

Терроризм - политика, основанная на систематическом устрашении своих политических противников, выражающемся в физическом насилии, вплоть до уничтожения [1, с. 691]. По целенаправленности терроризм делится на: националистический (преследование сепаратистских или национально-освободительных целей); религиозный (борьба между приверженцами различных религий, а также внутри одной веры, а их целью является свержение светской власти и установление религиозной власти); социальный (изменение в экономических или политических системах страны) [3, с. 144-145]. ИГИЛ - один из самых опасных, крупных, хорошо организованных террористических организаций, представляюий религиозную форму терроризма.

Борьба с международным терроризмом - приоритеная задача в Российской Федерации, поскольку терроризм вошел в жизнь российского общества, представляя реальную угрозу национальной безопасности страны. Террористические акты чаще совершаются в местах массового скопления людей. Так, в Волгограде 29-30 декабря 2013 года произошли сразу два терракта в троллейбусе и на железнодорожном вокзале города. Погибли 33 человека, пострадало – 65 [2, с. 88-89].

На «Дубровке» в Москве (23-25 октября 2002 года) террористы захватили заложников. Все террористы были уничтожены, заложники освобождены, но более 120 человек погибли [8].

7 ноября 2015 года был совершен теракт на самолете с российскими туристами, летевших из Египта. Погибло более 100 человек.

Терроризм давно пересек национальные и все более широко

распространяется в планетарном масштабе. Статистика подчеркивает, что после событий 11 сентября 2001 года в США число терактов в мире ежегодно растет, однако, с 2007 года численность жертв снизилась на 25% [5]. Терроризм проявляется как в регионах традиционных международных конфликтов, так и в наиболее развитых и благополучных государствах. Например, серия терактов, произошедших в Париже 13 ноября 2015 года.

Для борьбы с международным терроризмом недостаточно усилий одной великой державы или даже группы высокоразвитых государств.

США, совместно с государствами-членами НАТО, не имеют стратегии борьбы с терроризмом, делят террористов на «хороших» и «плохих», финанасируют и одобряют террористов из ИГИЛ с целью свержения в Сирии правящего режима во главе с Б. Асадом и распространением запанных ценностей.

Российская Федерация не навязывает свои ценности другим госуарствам выступает за сохранение государственного суверинитета Сирии, стабилизацию ситуации на Ближнем Востоке.

В. В. Путин на пленарном заседании 70-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН, которая состоялась в сентябре 2015 года, отметил следующее: «Россия всегда твёрдо и последовательно выступала против терроризма во всех его формах. Сегодня мы оказываем военно-техническую помощь и Ираку, и Сирии, другим странам региона, которые ведут борьбу с террористическими группировками. Считаем огромной ошибкой отказ от сотрудничества с сирийскими властями, правительственной армией, с теми, кто мужественно, лицом к лицу сражается с террором. Надо наконец признать, что кроме правительственных войск Президента Асада, а также курдского ополчения в Сирии с «Исламским государством» и другими террористическими организациями реально никто не борется». Также Президент РФ отметил, что Россия руководствуется общими ценностями и интересами на основе международного права, объединяет усилия для решения стоящих новых проблем и создает широкую международную антитеррористическую коалицию [4]. Российская Федерация воюет против ИГИЛ на основании Договора «О дружбе и взаимопомощи между Сирией и Россией» и по прямому приглашению законного правительства Сирии.

Таким образом, борьба Российской Федерации с международным терроризмом и успех военных операций в Сирии, закрепири роль России как субъекта мировой геополитики, что способствует восстановлению многополярности мира, а значит его стабильности. Однако, для более эффективной борьбы с терроризмом РФ неодходимо: во-первых, устранить влияние радикальных религиозных направлений, таких как, ваххабизм или сектанство различных религиозных течений. Во-вторых, усилить взаимодействие спецслужб и правоохранительных органов на международном уровне для купирования деятельности террористических организаций и их лидеров. В-третих, защищать культурно-цивилизационные границы и духовные ценности.

Использованные источники:
1. Ожегов С. И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1989. – 1001с.
2. Ольдеева Д. А. Терроризм. Проблемы борьбы с ним // Вестник Калмыцкого университета. – 2013. – №4. – С. 87–91
3. Тарасов В. В. Философский взгляд на риск терроризма в глобальном обществе // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2015. – №3. – С. 144–147
4. 70-я сессия Гнеральной Ассамблеи ООН / Официальный сайт Президент РФ. URL: http://kremlin.ru/events/president/news/50385 (дата обращения: 12.11.15).
5. Глобальный индекс терроризма / Российский совет по международным делам. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=1781#top-content (дата обращения: 11.11.15).

Пахомова А. Т.
студент 4 курса
Финансово-экономический факультет
Северо-Восточный федеральный университет
направление «Социология»
Россия, г. Якутск

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО АБСЕНТЕИЗМА НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ СЕВЕРО – ВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

В статье исследована сущность политического абсентеизма студенческой молодежи, его причин и тенденций развития.

Ключевые слова: политический абсентеизм, студенты, студенческая молодежь, опрос.

This article describes the essence of political absenteeism of students, its causes and trends.

Keywords: political absenteeism, student, students, survey.

Молодежь — это один из наиболее важных социальных и электоральных ресурсов любого современного развивающегося государства и общества. Тем самым, государство и общество заинтересовано в молодежи как активной социальной силе, которая в будущем станет главным участником общественного прогресса.

В государстве, построенном на демократических принципах, гражданам предоставляется возможность участвовать в политическом процессе. Одним из наиболее важных типов такого участия является формирование выборных органов государственной власти. Однако сегодня всё более актуальной становится тенденция отказа граждан от участия в политической жизни социума, что негативно влияет на формирование структур гражданского общества, на эффективность выборных органов

власти, в связи с чем возрастает интерес к проблеме абсентеизма.29

Для анализа политического абсентеизма студенческой молодежи было проведено пилотажное социологическое исследование, для его проведения были выбраны студенты Северо-Восточного Федерального университета в возрасте 20-24 лет. Этот университет является уникальным, потому что в нем представлены практически в равной степени разные научные направления.

Целью данной работы являлось изучение политического абсентеизма его причин и тенденций развития среди студенческой молодёжи. В качестве метода исследования выбран формализованный устный опрос, который позволяет охватить достаточное число респондентов и с необходимой степенью глубины выяснить их мнение по поставленным вопросам.

Опросный лист включает в себя 6 вопросов, определяющих мнение студента, в частности: периодичность обсуждения политической жизни страны, участие в политических мероприятиях, мнение о выборах и принимали ли участие в последних выборах.

Общее количество опрошенных составило 40 студентов, очной формы обучения. Отбор респондентов проводился случайным образом, путем устного опроса среди студентов в учебных корпусах. В выборке соблюдалась сопоставимость числа респондентов по направлениям обучения. 20 студентов являются представителями гуманитарного направления и 20 человек представители естественного направления.

Опрос проводился в апреле-майе 2015 г. в городе Якутск.

По данным проведенного исследования получились следующие результаты.

Диаграмма 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: *С какой периодичностью Вы обсуждаете политическую жизнь страны?*

[29] Аринина К.И. Абсентеизм в политике: причины и последствия // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки . 2014. №1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/absenteizm-v-politike-prichiny-i-posledstviya

На показанных выше диаграммах заметно, что большинство студентов и естественного и гуманитарного направлений обсуждают политическую жизнь страны по факту наступления событий, 60% и 30% соответственно. Также, студенты гуманитарного направления обсуждают политику 1-2 раза в неделю (30%).

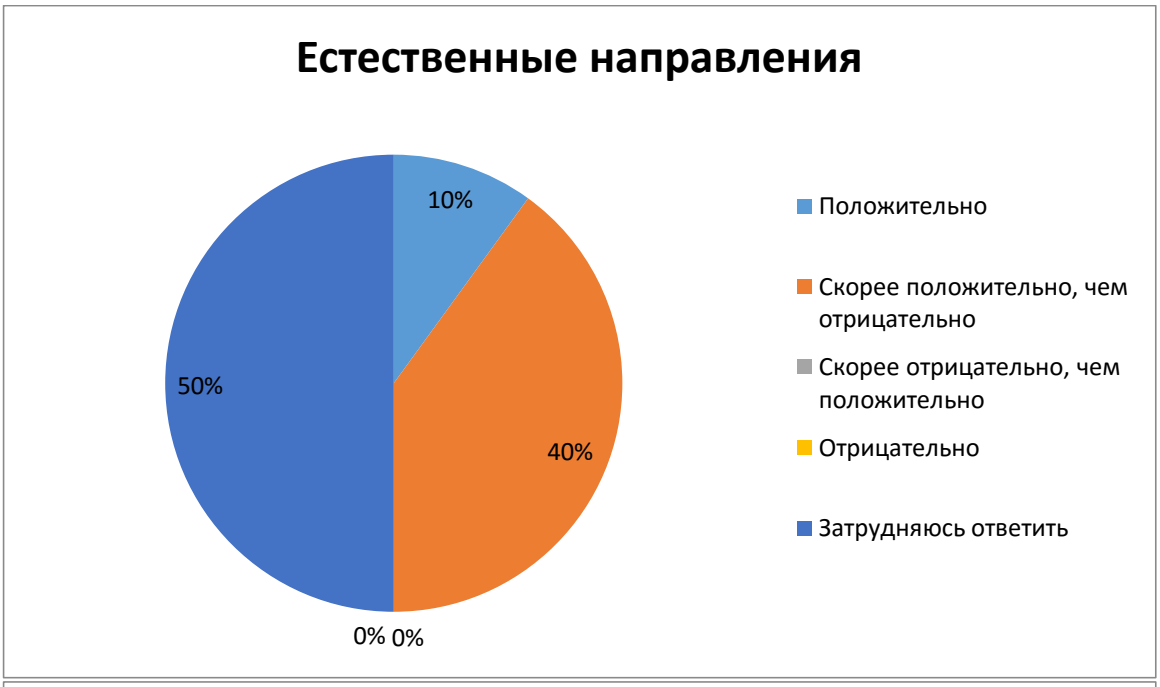
Диаграмма 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: *Участвуете ли Вы в митингах, демонстрациях и других формах активной политической жизни?*

Более половины респондентов не участвуют в каких-либо активных формах политической жизни. Эта тенденция заметна, как среди студентов гуманитарного направления, так и среди студентов естественного направления (70% и 60%). Мнение студентов естественного направления разделились на вариантах «да» и «нет». А из студентов гуманитарного направления «нет» выбрали только 10%.

Диаграмма 3. Распределение респондентов на вопрос: *Выберите суждение, наиболее полно отражающее ваше мнение о выборах?*

В анкете было предложено три суждения о выборах положительное, нейтральное и отрицательное соответственно. Более половины респондентов среди двух исследуемых направлений выбрали нейтральное суждение и считают, что выборы – это процедура, при которой избиратели пытаются влиять на политическую обстановку в государстве.

Диаграмма 4. Распределение ответов респондентов на вопрос: *Как вы относитесь к людям не участвующим в выборах?*



Ровно 50% студентов естественного направления затруднились ответить об отношении к тем, кто не ходит на выборы, но остальные 40% выбрали «скорее положительный, чем отрицательный». Среди студентов гуманитарных наук большинство, т.е. 40% относятся скорее отрицательно, чем положительно.

Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: *Принимали ли вы участие в последних выборах?*

Принимали ли Вы участие в последних выборах				
	Естественное направление		Гуманитарное направление	
	да (%)	нет (%)	да (%)	нет (%)

Главы РС (Я) (14.09. 2014)	80	20	95	5
Народных депутатов (08.09.2013)	75	25	80	20
Органов местного самоуправления	25	75	40	60

80% и 95% опрошенных студентов обеих направлений участвовали в выборах главы Республики Саха (Якутия), который прошел осенью прошлого года. Также активно (75% и 80%) участвовали в выборах народных депутатов в Ил Тумэн, который состоялся 8 сентября 2013 года. Наименьшим значением для всех опрошенных студентов пользуются выборы местного самоуправления.

Анализ ответов на вопросы опросного листа позволил сделать выводы об отношении молодежи.

Студентов интересующихся политической жизнью страны постоянно, больше среди обучающихся на гуманитарном направлении, чем на естественном. Исходя их этого, можно сделать вывод, что среди студенческой молодёжи гуманитарного направления меньше абсентеистов, чем среди студентов «естественников». Проявление интереса к политике свидетельствует о небезразличии студентов к происходящим процессам, явлениям в окружающем их мире.

Более половины респондентов не участвуют в каких-либо активных формах политической жизни. Эта тенденция заметна, как среди студентов гуманитарного направления, так и среди студентов естественного направления. Это свидетельствует о политической незаинтересованности, молодого поколения и пассивной жизненной позиции, а также о безразличии к будущему страны.

Но есть и такие студенты, которые пользуются своим правом и проявляют активную политическую позицию, но их процент не слишком высок.

Более половины респондентов среди двух исследуемых направлений выбрали нейтральное суждение и считают, что выборы – это процедура, при которой избиратели пытаются влиять на политическую обстановку в государстве. Это может говорить о том, что студенты не отрицают институт выборов в общем.

Среди студентов – гуманитариев больше людей, которые относятся к абсентеистам отрицательно, чем среди студентов – естественников. Скорее всего это связано с тем, что первые более активно проявляют свою политическую позицию, чем вторые.

Из приведенных в таблице данных не сложно заметить тот факт, что большинство студентов активно участвовали в выборах. Более низкая явка на выборах среди студентов естественного направления. Наибольшую активность студенты проявили на выборах главы Республики и народных

депутатов в Ил Тумэн и наименьшую на выборах органов местного самоуправления, значит студенты доверяют региональным властям и верят в то, что на уровне региона могут произойти какие-либо положительные изменения.

Значимость местных выборов остается низкой, хотя местное самоуправление – наиболее близкая к населению властная инстанция, именно оно должно реагировать на многие вопросы жизнедеятельности сел и городов.

В целом студенты естественного направления и студенты гуманитарного направления выделяют одинаковые причины не явки на выборах, большинство ответило, что их голос ничего не решит. Также, респонденты выбрали в качестве причины что, кандидаты находятся в неравном положении, выборы не могут что-то изменить и случайное стечение обстоятельств.

По данным социологического исследования, проведенного анкетным опросом, мы выяснили, что наибольший процент возможных абсентеистов среди студентов обучается на естественном направлении.

Наибольший интерес к политике проявляют студенты гуманитарных специальностей, также они более часто участвуют в активных формах политической жизни.

Следует использовать целый ряд мер, подталкивающих избирателей к участию в выборах. Условно они могут быть разделены на две группы: позитивные и репрессивные.

К позитивным можно отнести применение различного рода разовых или иных льгот для участников выборов: временные скидки на проезд в общественном транспорте, открытие специальной торговой сети (очевидно, продовольственной), скидки на оплату коммунальных услуг, зачеты каких-либо платежей, льготы на покупку учебной или художественной литературы (последнее, в частности, вызовет приток на выборы молодежи). Одновременно может быть использовано и принуждение (т.е. репрессивные меры).

Использованные источники:

1. Аржанова А. Абсентеизм – препятствие на пути формирования активной роли молодого избирателя [Электронный ресурс] / А. Аржанова. – Режим доступа: http://nsportal.ru/ap/drugoe/library/absenteizm--prepyatstvie-na-puti-formirovaniya-aktivnoi-roli-molodogo-izbiratelya (4.декабря.2013)
2. Аринина К.И. Абсентеизм в политике: причины и последствия // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки . 2014. №1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/absenteizm-v-politike-prichiny-i-posledstviya
3. Беляев А.Ю., Тарасов Е.Н. Тенденция абсентеизма в современном российском обществе//Власть.2013.№5.URL: http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsiya-absenteizma-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve
4. Бушенева Ю.И. Социально-политические основания российского

электорального абсентеизма, Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена 11 (2007). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-politicheskie-osnovaniya-rossiyskogo-elektoralnogo-absenteizma
5. Гидденс Э. Последствия современности. - М.: Праксис, 2011.
6. Горный М.Б. Выборы в Российской Федерации, Санкт-Петербург, 2002
7. Граф И.В., Жаромских Д.Г. Правовые способы преодоления абсентеизма в зарубежных странах // Вестн. Тюмен. гос. ун-та. - 2008. - № 2.
8. Захаркин Р.А. Молодежный абсентеизм в России // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке . 2010. №4. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/molodezhnyy-absenteizm-v-rossii
9. Катушева К. Тенденции политического участия молодежи в России: политический абсентеизм, автономное и мобилизованное участие [Электронный ресурс] / К. Катушева.- Режим доступа: http://rud.exdat.com/docs/index-727397.html (30 ноября 2013)
10.Коновалов В.Н. Политология. Словарь. — М: РГУ 2010 URL: http://enc-dic.com/polytology/Absenteizm-1/
11.Микова Е. Причины абсентеизма в молодежной среде и возможные способы его устранения [Электронный ресурс] / Е.Микова.- Режим доступа: http://do.gendocs.ru/docs/index-38515.html (27 ноября 2013)
12.Силантьев К.С., Гавра Д.П. Абсентеизм как социологическая проблема. [Электорнный ресурс] / К.С. Силантьев. – 2004 http://do.gendocs.ru/docs/index-356804.html?page=2

Пестова О. Г.
студент 3 курса
Хайруллина Г. Х., к.и.н.
науч. рук-ль, доцент
БГПУ им. М. Акмуллы
Россия, г. Уфа

ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В содержание правоспособности гражданина Российской Федерации входит право на занятие предпринимательской деятельностью[1]. По данным Федеральной налоговой службы, количество индивидуальных предпринимателей на 1 ноября 2015 года составляет 3 677 598. Эти показатели свидетельствуют о том, что с каждым годом увеличивается число тех граждан, которые хотят самостоятельно осуществлять деятельность, направленную на извлечение прибыли, и отвечать по обязательствам всем своим имуществом. На сегодняшний день идеи, связанные с предпринимательством, формируются намного раньше возраста, с которого лицо признается дееспособным[2]. Российское законы предусматривают факт того, что несовершеннолетний гражданин может самостоятельно заниматься предпринимательской деятельностью. Одной из проблем

законодательства России является то, что определенных норм права об особенностях участия несовершеннолетнего в предпринимательской деятельности Гражданский кодекс РФ не содержит[3]. Поэтому данный вопрос затрагивает нормы о дееспособности несовершеннолетних от 14 до 18 лет и общие нормы, относящиеся к индивидуальным предпринимателям.

В зависимости от того, обладает ли несовершеннолетний предприниматель полной дееспособностью, можно выделить три правовых режима: 1) несовершеннолетний-предприниматель, не обладающий полной дееспособностью; 2) несовершеннолетний-предприниматель, обладающий полной дееспособностью в результате эмансипации; 3) несовершеннолетний-предприниматель, обладающий полной дееспособностью в результате заключения брака[3].

Рассматривая первый правовой режим, можно сделать вывод о том, что деятельность несовершеннолетнего индивидуального предпринимателя будет всегда сопровождаться отношениями попечительства. Согласно статье 26 ГК РФ для совершения сделки лицам в возрасте от 14 до 18 лет необходимо письменное разрешение законных представителей. А данные отношения противоречат характерной черте предпринимательства – самостоятельности, изложенной в статье 2 ГК РФ. К тому же существует ряд сделок, носящих фидуциарный характер. Это говорит о том, что письменное согласие законных представителей не допускается, фидуциарные сделки – сделки, основой которых является лично-доверительные отношения. К таким сделкам относятся договор поручения, агентский договор, выдачу доверенности и другое. Проанализировав пункты 1-3 статьи 26 ГК РФ, мы пришли к заключению, что в деликтоспособность несовершеннолетного предпринимателя входит несение самостоятельной ответственности как по сделкам, одобренным законными представителями, так и по сделкам, совершаемым им самостоятельно.

Второй правовой режим характеризуется тем, что несовершеннолетний предприниматель сам принимает решения, ему не требуется согласия законных представителей. Однако проблема возникнет перед тем несовершеннолетним лицом, которое хочет стать индивидуальным предпринимателем, но при этом уже имея полную дееспособность (путем эмансипации). В статье 27 ГК РФ прописаны условия приобретения полной дееспособности для гражданина в возрасте 16 лет: работа по трудовому договору или занятие предпринимательской деятельностью с согласия законных представителей. Следовательно, принятие решения об эмансипации возможно в том случае, если несовершеннолетний достиг возраста 16 лет и занимается предпринимательской деятельностью. А чтобы несовершеннолетний занимался предпринимательством, для регистрации в качестве индивидуального предпринимателя ему необходимо предоставить в регистрирующий орган помимо документов, идентичных документам совершеннолетнего гражданина, копию решения суда об объявлении физического лица, регистрируемого в качестве индивидуального

предпринимателя, полностью дееспособным (в случае, когда законные представители не согласны на занятие несовершеннолетним предпринимательской деятельностью). В связи с вышеуказанными условиями встает вопрос о первичности предпринимательства либо о первичности эмансипации.

Еще одним противоречием в российском межотраслевом законодательстве является возраст, с которого несовершеннолетний предприниматель привлекается к ответственности. Согласно Гражданскому кодексу РФ гражданин имеет право заниматься предпринимательской деятельностью с 14 лет, но в силу пункта 3 статьи 109 Налогового кодекса РФ лицо не может привлекаться к ответственности за совершение деяния, содержащего признаки налогового правонарушения, если не достигло к моменту совершения деяния шестнадцатилетнего возраста. Вышеуказанное свидетельствует о том, что несовершеннолетний предприниматель в возрасте от 14 до 16 лет в случае нарушения норм Налогового кодекса РФ не будет привлекаться к налоговой ответственности.

Таким образом, мы считаем, что особенности предпринимательской деятельности несовершеннолетнего имеют специфический характер. Это проявляется в том, что несовершеннолетний индивидуальный предприниматель не может полноценно осуществлять свою деятельность, так как находится под попечительством законных представителей. Другая особенность относится к частному случаю, однако она требует доработки от законодательства в установлении первоочередности предпринимательства либо эмансипации.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст]: федеральный закон Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // СЗ РФ. – 1994. - № 32, ч. 1. – ст. 18.
2. Охрименко Е. А. Предпринимательская деятельность несовершеннолетних // Северо-Кавказский юридический вестник. – Москва.- 2014. – с.76.
3. Шапсугова М. Д. Правосубъектность несовершеннолетнего предпринимателя // Северо-Кавказский юридический вестник. – Москва.- 2014. – с.75.

Петрова Д.Б.
магистрант 1 г.о.
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕФОРМЫ ПРАВИТЕЛЬСТВА МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР

Аннотация: *Маргарет Тэтчер, лидер консерваторов, премьер-министр Великобритании в 1979—1990 годах. Внутренняя экономическая политика правительства М.Тэтчер была нацелена на структурную*

перестройку экономики и ее развитие по интенсивному типу. Эти преобразования и комплекс неолиберальных идей получили название тэтчеризм.

Ключевые слова: *М.Тэтчер, Тэтчеризм, внутренняя экономическая политика, британский консерватизм, консервативная партия Великобритании.*

Summary: *Margaret Thatcher, the Conservative leader , Prime - Minister of the United Kingdom in the years 1979-1990 . Internal Thatcher government's economic policy has been aimed at restructuring the economy and the development of intensive type . These transformations are complex and neoliberal ideas became known as Thatcherism .*

Keywords : *Margaret Thatcher , Thatcherism , domestic economic policy , British conservatism, Conservative Party of Great Britain .*

В истории Великобритании вторая половина 70 — начало 80-х годов является одним из переломных моментов. Как и в конце 20-х — начале 30-х годов или в послевоенный период, в это время происходили серьезные изменения в области экономики, идеологии и политики.

С середины 70-х годов в ряде стран Западной Европы и Америки все громче заявляют о себе сторонники неоконсерватизма, или новые правые, ставшие сторонниками экономической теории монетаризма. Они предлагали отказаться от вмешательства государства в экономику, что на практике означало смещение акцентов этого вмешательства с макроэкономического на микроэкономический уровень, в то же время государство должно было оставаться сильным институтом. Целями неоконсерватизма была свободная рыночная экономика, конкуренция, индивидуализм. Неоконсервативная экономическая модель в конце 70-х — начале 80-х годов была воспринята экономистами целого ряда стран. Возврат к консервативным ценностям происходил как в области экономики, так и на уровне идей. Неоконсерватизм становится одной из ведущих политических сил, к власти во многих странах приходят партии правого крыла политического спектра, происходит своего рода "консервативное возрождение".

Свое победное шествие по британской политической авансцене тэтчеризм начал в 1979 г. – сразу же после победы консерваторов во главе с Маргарет Тэтчер на все общих выборах, предопределивших развитие страны на долгие восемнадцать лет. Но его прообраз фактически существовал еще в начале 70-х гг. XX в. в качестве идейной основы деятельности правого крыла Консервативной партии. Ознаменовавшись рядом крупных экономических проблем и чередой сложнейших кризисов, 1970-е гг. послужили толчком к новому пониманию нужд государства и способов регулирования экономической жизни общества. И, как ни парадоксально, именно консерваторы первыми осознали необходимость перемен, заставив партийную машину напряженно работать в поисках обновленной политической и экономической доктрины.

Этой доктриной стал британский вариант неоконсерватизма [3, с.192],

получивший название тэтчеризм. Считается, что слово «тэтчеризм» придумал профессор С. Холл в конце 1970-х гг., когда консерваторы еще находились в оппозиции. После их победы на выборах 1979 г. оно пополнило словарь комментаторов в британских средствах массовой информации. Самая лаконичная характеристика термина сводится к трем пунктам: он представлял собой наиболее емкое описание того, что консерваторы сделали с 1979 г. по 1990 г.; он подразумевал прочную идейную и теоретическую базу этого; и, наконец, он означал, что все консервативные правительства находились под влиянием их лидера – Маргарет Тэтчер. Как известно, Тэтчер создавала свой собственный «изм» не в одиночку и находилась под влиянием идей двух парламентариев правого крыла Консервативной партии Э. Пауэла и К. Джозефа.

Исходя из развития его идей, появилась новая консервативная политика, основу которой составляла атака на социализм и коллективизм. Новая политика предполагала конфронтацию с профсоюзами, неприятие любых форм социальной солидарности, подрывающих основы конкуренции и гибкости (особенно те, что выражались в муниципальном управлении и исключительном влиянии отдельных профессиональных союзов), серьезное сокращение всех обязательств государства, связанных с социальными гарантиями, приватизацию государственных предприятий (включая муниципальное жилье), снижение налогов, поощрение предпринимательской активности, создание благоприятного делового климата и поощрение иностранных инвестиций (особенно из Японии).

В целом полезная для экономики шоковая терапия повлекла за собой тяжелые социальные последствия, самым очевидным из которых была огромная безработица. По официальным данным, между 1979 г. и 1981 г. доля зарегистрированных безработных выросла вдвое (до 8,4% трудоспособного населения). На протяжении нескольких лет в стране было около или более 3 млн. безработных. Достигнув пика в 1986 г. (11,2%; 3,13 млн.), безработица начала постепенно снижаться. За период с 1986 г. по июнь 1990 г. безработица снизилась до 1,6 млн. человек, но кризис вновь поднял эту цифру почти до 2 млн. ко времени отставки последнего правительства Тэтчер (27 ноября 1990 г.).

Особенно быстро росла безработица в бывших северных промышленных районах таких, как Йоркшир, Северо- запад, Уэльс и Шотландия. Правда, в южных районах, окружавших Лондон, безработица была не столь велика; они являлись центрами банковско-финансового дела, страхования, деловых услуг, лизинга, оборонной и электронно-коммуникационных отраслей, поддерживаемых правительством.[4, с. 547] При этом стандартизированный уровень безработицы (8,3%) в Великобритании был значительно выше, чем в Германии (6,2%), США (5,4%) и Японии (2,5%), но ниже, чем во Франции (10,3%) и Италии (12,1%).

Свобода Сити и всей банковской сферы от прежних ограничений также имела негативные последствия. Множество иностранных банков

получили возможность основать в Лондоне свои филиалы. К 1991 г. более половины банков, принимающих вклады в Лондоне, находились в иностранной собственности. Это еще больше сокращало регулирующие возможности британского государства.[5] Один из английских экономических обозревателей писал в 1995 г.: «Лондонский Сити стал олицетворением спекуляции, неэффективности и обмана».[5] Наряду с безработицей нарастающее беспокойство вызывало углубление социального неравенства. В 1980-х гг. тенденция к сокращению пропасти между самыми высокими и самыми низкими доходами, действовавшая (хотя и медленно) в послевоенный период, была прервана.

Изменилось распределение долей ВНП между социальными слоями. С 1979 г. по 1988 г. доля ВНП, приходящаяся на 20% беднейших жителей страны, уменьшилась, а на 20% богатейших – возросла.[2, с. 120] Самые богатые 20% населения получили почти третью часть всех доходов, в то время как беднейшие 20% получили только 1% доходов.

Усилия по реформированию британского рынка труда, предпринятые Тэтчер, значительно сократили численность и организационное влияние профсоюзов, стимулировали трудоустройство и увеличили реактивность доходов и занятости на микроуровне. Однако, по мнению ученых Национального бюро экономических исследований США Р. Фримана и Д. Блэнчфлауэра, не существует убедительных оснований, для того чтобы утверждать, что в годы тэтчеризма рынок труда в Великобритании претерпел существенные микроэкономические изменения (в прогрессивном смысле этого слова). По словам этих специалистов, основным последствием модернизации здесь явилась наихудшая комбинация признаков сразу двух экономических моделей: существенного неравенства в уровнях заработной платы, характерного для децентрализованного американского рынка труда, и длительных периодов высокой безработицы, присущих экономике европейских стран.[1, с. 11]

Использованные источники:

1. Международный опыт реформирования электроэнергетики. Англия и Уэльс [Текст] / РАО «ЕЭС России». – М.: РАО «ЕЭС России», 2003. – 268 с.
2. Сапожникова Н.Т. Естественная монополия: опыт реформирования электроэнергетики в Великобритании // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. № 6. – 217 с.
3. Major, J. John Major: The Autobiography [Text] / J. Major. – NY.: HarperCollins, 1999. – 294 p.
4. Thatcher, M. The Downing Street years / M. Thatcher. – L.: HarperCollins. - 1993. – 677 p.
5. 1992: Tories win again against odds [Electronic resource] / BBC News; Election 2005; The Basics; Past Elections // BBC News

Потанина Е.Ю.
студент
МГУ им. М.В. Ломоносова
Россия, г. Москва

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА В РОССИИ

Понятие «параллельный импорт»

Импорт товара – это ввоз товара в Российскую Федерацию без обязательства об обратном вывозе (ст.2 N 164-ФЗ)**[1]**. Что же такое параллельный импорт?

Параллельный импорт – это ввоз в страну оригинального, законно приобретённого импортёром товара, который за рубежом был легально маркирован товарным знаком, без санкции правообладателя на такой ввоз. Необходимо, чтобы товарный знак пользовался правовой охраной как в стране приобретения, так и в стране ввоза товара**[2]**. Такое длинное определение в общих чертах описывает главные характеристики этого сложного явления, имеющего как плюсы, так и минусы.

Какую роль играет в нашей жизни параллельный импорт и почему вопрос о регулировании данной деятельности в настоящее время так важен и для общества (в лице ФАС), и для бизнеса? Напомню, что до изменений 2002-2003 гг. в России существовал международный принцип исчерпания исключительных прав правообладателя на товарный знак, но ввиду этих изменений был веден в действие национальный принцип исчерпания, что отражено в статье 1487 ГК РФ. Это означает, что только правообладатель товарного знака имеет право импортировать товар в Россию, но, конечно, он может дать согласие на импорт товара конкретной организации**[3]**.

Понятие «исчерпание исключительных прав» и виды принципов исчерпания.

Возникает вопрос, что такое исчерпание прав? Какое оно имеет значение? Понятие "исчерпание прав" применяется, когда правообладатель теряет исключительное право запрещать использование товарного знака после того, как товары с нанесенным на товар (упаковку, этикетки) товарным знаком были правомерно введены в гражданский оборот**[4]**. Существуют национальный, региональный и международный принципы исчерпания прав, каждый из них обладает своей спецификой. Международный принцип означает, что правообладатель не имеет право запретить использование товарного знака другим лицам в отношении тех товаров, которые были введены в оборот им непосредственно или с его согласия.

Промежуточное положение занимает так называемый европейский региональный принцип. Это означает, что исключительные права считаются исчерпанными, если запатентованные товары были введены в хозяйственный оборот владельцем товарного знака или с его согласия

третьим лицом в одной из стран ЕС. Действие регионального принципа обеспечивает свободную торговлю между странами - участниками и в то же время является ограничением для торговли с другими странами**[5]**. Данный принцип исчерпания прав на товарный знак применяется и в нашей стране в рамках Таможенного союза с 01.01.2012 года, то есть с момента вступления в силу Соглашения от 09.12.2010 года "О единых принципах регулирования в сфере охраны и защиты прав интеллектуальной собственности". Так, в соответствии со ст. 13, введение маркированного товарным знаком товара непосредственно правообладателем или с его согласия на территории Республики Беларусь и Республики Казахстан должно приравниваться к введению его в оборот на российской территории.

Проблема толкования национального принципа в РФ.

Но вернёмся к национальному принципу, действующему в настоящее время в РФ. Судебная практика в течение примерно 13 лет существования данного принципа успела несколько раз поменять своё мнение по поводу его применения в отношении параллельного импорта. До 2009 года ввезенный в Россию без согласия правообладателя товар признавался контрафактным (что очень странно, так как контрафактным признается товар, на котором товарный знак размещён незаконно, т.е. без воли правообладателя (ст.1515 ГК РФ). А товар не может являться одновременно контрафактным и оригинальным, как в случае с параллельным импортом) и конфисковывался судами по заявлению таможни. 03.02.2009 года было принято знаковое Постановление Президиума ВАС РФ N 10458/08 по делу N А40-9281/08-145-128 (дело Porsche Cayenne), признавшее незаконной конфискацию товара, на котором товарный знак размещен с согласия правообладателя, независимо от того, что товар ввозится в Российскую Федерацию без его согласия. Суд сделал акцент на то, что товар является оригинальным, так как маркирован самим правообладателем, а значит, не является контрафактным и не нарушает исключительных прав правообладателя. В итоге судебная практика постепенно пошла по пути непривлечения импортёра по ст.14.10 КоАП РФ. Но такая тенденция существовала недолго, и уже после 2010 года суды снова признавали за правообладателями право запрещать любые действия, связанные с использованием товарного знака, в том числе не связанные с индивидуализацией товара.

На данный момент параллельный импорт запрещен, закон исходит из того, что у нас действует национальный принцип исчерпания прав и без согласия правообладателя мы не можем допускать ввоз товара, не введенного им самим в оборот на территории России. Однако не так давно Федеральная антимонопольная служба представила законопроект о легализации параллельного импорта, которым вводятся поправки в ст. 1487 ГК РФ, предполагающие введение международного принципа исчерпания прав. Фактически импортеры получают разрешение приобретать товары в любой стране и ввозить их на территорию РФ без каких-либо ограничений с некоторыми исключениями. Эти исключения заключаются в том, что

правообладатели товарного знака смогут самостоятельно ограничивать параллельный импорт в случае, если они локализуют собственное производство на территории РФ.

Споры о легализации параллельного импорта в РФ.

В отношении данного законопроекта и в целом легализации параллельного импорта возникло немало споров. Существуют аргументы как «за», так и «против». Рассмотрим сначала положительные доводы:

1) увеличение предложения брендированной продукции, насыщение рынка товарами, которые ранее не поставлялись в РФ;

2) снижение цен на товары, так как правообладатель будет лишен возможности диктовать свои цены ;

3) улучшение состояния конкурентной среды (однако, примечательно, что на интересы добросовестной конкуренции ссылаются и сторонники, и противники параллельного импорта)

4) обеспечение интересов потребителей при наличии гарантий для правообладателей;

5) интересы бизнеса также учитываются (те самые исключения).

Однако на каждый аргумент всегда существуют контраргументы, которых не так мало. Так, сторонники запрета параллельного импорта приводят следующие доводы:

1) риск повышения оборота контрафактных товаров (хотя этот вопрос может быть решен в рамках усиления таможенного контроля, например);

2) непредоставление параллельными импортерами дополнительных услуг, гарантийного и сервисного обслуживания, надлежащего информационного обеспечения и поддержки потребителя и др.;

3) снижение инвестиционной привлекательности;

4) "паразитирование" на расходах правообладателей на рекламу;

5) нарушение международных обязательств РФ и действующего гражданского законодательства РФ;

6) нерентабельный бизнес, а также возможное закрытие производств иностранных правообладателей**[6]**;

7) ослабление института защиты интеллектуальной собственности.

По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) легализация параллельного импорта повлечет немало негативных последствий (помимо тех, что уже указаны):

1) угроза развитию добросовестной конкуренции среди участников рынка в Таможенном союзе/России;

2) падение внутреннего производства;

3) безработица в сфере промышленного производства, рост социальной напряженности;

4) значительный экономический ущерб государству от "серой" продукции, включая непосредственно параллельный импорт;

Причем критику с трудом выдерживают почти все аргументы «за».

Например, снижение цены, как утверждает АЕБ, будет кратковременным явлением, причем снижение будет осуществляться за счет недобросовестной конкуренции и непредоставления услуг потребителю (опрос Аналитического центра при Правительстве РФ о возможных последствиях легализации параллельного импорта в России на июль 2013 года показал, что легализация параллельного импорта не приведет к заметному повсеместному снижению цен - так ответили 50% респондентов. Еще 20% указали на возможное снижение цены менее чем на 10%. Таким образом, цель снижения цен на брендированную продукцию за счет легализации параллельного импорта может быть не достигнута). А возможность для правообладателя запрещать или ограничивать ввоз на территорию России товаров, введенных им или с его согласия в гражданский оборот за пределами России, при условии локализации производства вовсе противоречит правилам ВТО, поскольку создает неравные условия для тех компаний, которые уже локализовали производство (местные производители), и тех, которые только выходят на российский рынок (импортеры), что может привести к спору в рамках ВТО.

Возникновение у правообладателя права запрещать параллельный импорт товаров после внесения записи в специальный реестр фактически означает предоставление ему с этого момента дополнительного правомочия в составе его исключительного права на товарный знак. Предоставление правообладателю такого дополнительного правомочия только при условии локализации производства товаров в РФ является дискриминационным, противоречащим обязательствам РФ в рамках Парижской конвенции по охране промышленной собственности, согласно ст. 2.2 которой никакие условия о месте жительства или наличии предприятия в стране, где испрашивается охрана, не могут быть поставлены гражданам стран Союза в качестве предпосылки для пользования каким-либо из прав промышленной собственности.

Наряду с уже перечисленными проблемами, не ясно, как международный принцип исчерпания прав будет действовать на территории Таможенного союза, где действует региональный принцип, заключающий в себе то, что страны-участницы должны ввести в отношении остальных стран национальный принцип исчерпания прав. Так как правила международных договоров в соответствии со ст. 15 Конституции РФ и ст. 7 ГК РФ имеют приоритет над действием российского закона.

Сторонники легализации параллельного импорта, комментируя аргумент об отсутствии оказания сервисных и иных услуг, указывают, что этот вопрос можно решить путем договоренности с правообладателем. Однако для предприятий играет большую роль качественное оказание таких услуг, они не готовы передавать их на аутсорсинг иначе как со строгим соблюдением требований, так как это может привести к потерям, в частности имиджевым, показывает опрос Аналитического центра при Правительстве РФ предприятий о возможных последствиях легализации параллельного импорта в России.

Необходимость перехода к международному принципу исчерпания права обосновывается в том числе "уровнем производства и технологического развития Российской Федерации", который "не позволяет значительной части граждан удовлетворять большинство потребностей за счет внутренних ресурсов". Безусловно это так, но снова возникает проблема, поднятая мною ранее. Насыщение российского рынка импортными недорогими товарами не будет стимулировать отечественного производителя к производству конкурентоспособной продукции.

Интересный аргумент «за» выразил Сергей Будылин, заметив, что «целью законодательства о товарных знаках вовсе не является защита интересов правообладателей. В действительности его назначением является защита интересов потребителей, а именно их информирование о происхождении товара: о том, что он произведен конкретной фирмой или по ее разрешению. Тем самым потребителю предоставляется возможность составить обоснованное мнение о свойствах и качестве товара». Из этих соображение можно прийти к выводу, что запрет на параллельный импорт не является верным решением проблемы.

В заключение стоит отметить, что у основы данного спора, конечно же, лежат интересы оппонентов. Без сомнения, лоббистские возможности у правообладателей выше, чем у потребителей, поэтому поддержка слабой стороны Федеральной антимонопольной службой является важным подспорьем. Можно предположить, что при усиленном контроле со стороны государства параллельный импорт положительно повлияет на модернизацию российской экономики и позволит снизить уровень теневого импорта.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 08.12.2003 N 164-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности"
2. Е.Г. Афанасьева, М.Г. Долгих. Оригинальный контрафакт, параллельный импорт и конкуренция.
3. И. Островский. Параллельный импорт под вопросом.
4. Дмитриев В.В. Споры об исчерпании исключительного права на товарный знак: эффективные средства защиты // Арбитражные споры. 2014. N 1. С. 133 - 150.
5. Пирогова В.В. Исчерпание исключительных прав и параллельный импорт. М.: Статут, 2008. 155 с.
6. Склярова Я., Шауфф Ф., Каширин М., Павлова Е., Радченко Т., Орлова В., Нестеренко А., Онищук А., Жигулин В., Юков А., Суббот А., Семенов А., Елаев А., Будылин С. Перспективы легализации параллельного импорта в России // Закон. 2014. N 7. С. 14 - 30.

Страту Е.С.
магистрант
Тюменский государственный университет
Россия, г. Тюмень

ДОМАШНЕЕ ЖИВОТНОЕ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕННОЙ ОПАСНОСТИ: ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫЕЕ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация:

В статье анализируются нормы гражданского законодательства РФ, посвященные возмещению вреда, причиненного таким источником повышенной опасности, как домашние животные. Рассматриваются проблемы, возникающие по причине отсутствия четкой законной регламентации всего круга объектов, которые могут быть признаны источниками повышенной опасности. Помимо этого, перечисляются основные меры ответственности, применяющиеся в настоящее время, в случае причинения вреда домашними животными. Высказывается предложение о законодательном закреплении домашних животных в качестве источника повышенной опасности, а также возложения обязанностей по возмещению вреда на их владельцев (собственников) вне зависимости от их вины.

Ключевые слова: домашние животные, источники повышенной опасности, возмещение вреда, гражданское законодательство.

Annotation: in article the standards of the civil legislation of the Russian Federation devoted to indemnification, caused by such source of the increased danger as pets are analyzed. The problems arising because of lack of an accurate lawful regulation of all circle of objects which can be recognized as sources of the increased danger are considered. In addition, the main measures of responsibility which are applied now in case of infliction of harm by pets are listed. The offer on legislative fixing of pets as a source of the increased danger, and also assignment of obligations for indemnification speaks on their owners regardless of their fault.

Keywords: pets, sources of the increased danger, indemnification, the civil legislation.

В отечественном законодательстве животные в различные периоды времени то рассматривались в качестве источников повышенной опасности, то исключались из перечня таковых.30 При том, судебная практика исходила из того, что данным источником являются лишь обитатели искусственно созданной (физическими или юридическими лицами) среды для животных.31

---

[30] См.: ст. 404 Гражданского кодекса Р.С.Ф.С.Р.// "Известия ВЦИК", N 256, 12.11.1922. и послед. Документы.

[31]См.: Постановление Президиума ВАС РФ от 08.04.1997 N 5923/96// "Вестник ВАС РФ", 1997, N 7.

В дореволюционной России, в соответствии со ст. ст. 120, 121 Устава о наказаниях, налагаемых мировыми судьями32, ответственность каждый нес за вред, причиняемый принадлежащими ему животными. Когда речь шла о диких животных, то вред возмещению подлежал безоговорочно, поскольку сам факт возможности вредных действий с их стороны указывал на несоблюдение мер, необходимых для сохранения общественной безопасности (ст. 120 Устава).

Собственник домашнего животного подлежал освобождению от ответственности, когда причинение вреда вызвано было действиями самого потерпевшего либо непредвиденными, случайными обстоятельствами. Вина квалифицировалась в форме умысла (натравливание на человека животного) или неосторожности (ненадлежащий надзор за животными)33.

В ст. 1079 действующего ГК РФ отражены особенности ответственности за вред, причиняемый источниками повышенной опасности.

Согласно абз.2 п. 1 ст. 1079 ГК РФ, в качестве владельца источника повышенной опасности принято понимать юридическое лицо либо гражданина, владеющего источником повышенной опасности на праве собственности, хозяйственного ведения либо оперативного управления или на другом законном основании (праве аренды, доверенности на право управления транспортным средством, по распоряжению компетентного органа о передаче источника повышенной опасности и т. д.).

Следовательно, под источником повышенной опасности необходимо понимать определенные материальные объекты, т. е. предметы материального мира.

В вышеуказанной статье ГК РФ обозначены объекты, деятельность применительно к которым, способна создать для окружающих повышенную опасность. Указание на животных в данном перечне отсутствует.

По вопросам признания домашних животных в качестве источников повышенной опасности, в науке гражданского права мнения, как правило, разделяются. Одни ученые это считают безосновательным34, иные, напротив, – весьма обоснованным35.

Домашние животные, подконтрольные человеку, таковыми остаются лишь до тех пор, пока данный контроль осуществляется. Животное, находящееся на большом расстоянии от своего хозяина либо попросту без него, неподвластно контролю, следовательно, его возможно рассматривать в качестве источника повышенной опасности. Так, к примеру, собака способна напасть на прохожего, лошадь либо другое крупногабаритное животное, испугавшись может нанести вред человеку или же его имуществу.

---

[32]См.: Лякуб П. М. Устав о наказаниях, налагаемых мировыми судьями. М.: Книга по Требованию, 2011. 210 с.

[33]См.: Долинская В. В. Источники повышенной опасности//http://www.blog.servitutis.ru/?p=210

[34]См.: Красавчиков О. А. Возмещение вреда, причиненного источником повышенной опасности. М. 1966. С. 65.

[35]См.: Мохов А.А., Копылов Д.Э. Псовые как объект гражданских прав // Юридический мир. 2006. N 12. С 41-45

Признание домашнего животного в качестве источника повышенной опасности, а, следовательно, возложение обязанностей по возмещению вреда на его хозяина (владельца, собственника) вне зависимости от его вины, несомненно поспособствовало бы наиболее эффективной реализации воспитательно-предупредительной функции гражданского права. Очевидно, что штраф, налагаемый в административном порядке, ни в какое сравнениене идет с возможными мерами имущественного характера, применяющимися к правонарушителям в пределах деликтного обязательства.

Анализируя судебную практику, мы можем убедиться в том, что зачастую, при нанесении вреда домашними животными, ответственность суды определяют не по правилам статьи 1079 ГК РФ, а согласно ст. 1064 ГК РФ. Также различны подходы судебных органов по поводу отнесения домашних животных к источникам повышенной опасности.

Несмотря на определенные сформировавшиеся подходы к рассмотрению подобных споров, правоприменительная практика не всегда обстоятельства дела оценивает однозначно.

Так, например, в результате дорожно-транспортного происшествия транспортному средству истца причинены механические повреждения. Был предъявлен иск о возмещении ущерба. По решению суда, основное требование удовлетворено частично, поскольку установлено наличие причинно-следственной связи между действиями (бездействием) ответчика, который оставил без присмотра в ночное время принадлежащих ему животных, и причинением материального ущерба и вреда здоровью истца36.

В другом решении, напротив, «довод апелляционной жалобы о том, что собака, принадлежащая ответчику и напавшая на истца, не может относиться к источникам повышенной опасности, поскольку является домашним животным, Судебной коллегией отклоняется ввиду того, что действия крупной по телосложению, предназначенной и используемой в охранно-сторожевых целях собаки, для которой агрессивное поведение является нормой, полному контролю, даже находясь во владении человека, не поддаются и создают повышенную вероятность причинения вреда, соответственно, если в результате таких действий причиняется вред, что и произошло в рассматриваемой ситуации, он расценивается как вред, причиненный источником повышенной опасности, ответственность за который несет владелец независимо от его вины»37.

Права и обязанности владельцев кошек и собак до настоящего времени регулируются посредством «Правил содержания собак и кошек в городах и

[36]См.: Апелляционное определение Омского областного суда от 13.08.2014 по делу N 33-5167/2014//СПС КонсультантПлюс

[37]См.: Апелляционное определение Верховного суда Республики Татарстан от 16.06.2014 по делу N 33-7967/2014//СПС КонсультантПлюс

других населенных пунктах РСФСР».38

Несмотря, что вышеуказанные Правила не отменены, административная ответственность при их нарушении прямо не предусмотрена. Однако, владельцы домашних животных привлечены к ответственности могут быть по другим основаниям, возникающим вследствие несоблюдения Правил.

За причинение имущественного либо морального вреда к владельцам домашних животных применены могут быть различные меры гражданской ответственности.

Так, например, в случае, если домашним животным был нанесен имущественный ущерб, пострадавший может обратиться к хозяину с требованием возмещения вреда. В случае отказа от возмещения вреда, он вправе обратиться с исковым заявлением в суд. В таком случае будет необходимо доказать, что вред имуществу причинило именно животное, которое принадлежит ответчику. Доказательствами могут служить свидетельские показания, аудиозапись, фото- и видеосъемка, а также иные документы. Как уже было отмечено, требование о возмещении вреда, как правило, основывается на положениях ст. 1064 ГК РФ, в соответствии с которой вред, причиненный личности либо имуществу гражданина, а также вред, нанесенный имуществу юридического лица, в полном объеме подлежит возмещению лицом, причинившим вред.

В целях возмещения материального вреда понадобится оценка понесенных убытков (экспертное заключение) либо подтверждение размеров ущерба посредством расчетов, обоснованных квитанциями, чеками, иными платежными документами.

При наступлении тяжелых последствий по вине хозяина животного (к примеру, при посягательстве на здоровье или жизнь) к нему могут применяться меры административной или уголовной ответственности.

Для привлечения к таким видам ответственности необходимо обращение в органы полиции. Наказание зависеть будет от тяжести вреда и других обстоятельств.

Например, при причинении тяжкого вреда здоровью по неосторожности (при свободном выгуле животного) в силу ст. 118 Уголовного кодекса РФ может последовать одно из следующих наказаний:

- штраф в размере до восьмидесяти тысяч руб. или в размере заработной платы либо иного дохода осужденного за период до 6 месяцев;
- обязательные работы на срок до 480 часов;
- исправительные работами на срок до 2-х лет;
- ограничение свободы на срок до 3-х лет;
- арест на срок до 6 месяцев39.

---

[38]См.: "Правила содержания собак и кошек в городах и других населенных пунктах РСФСР"(утв. Минжилкомхозом РСФСР 12.06.1981, Минсельхозом РСФСР 24.06.1981, Минздравом РСФСР 24.06.1981, Минюстом РСФСР 03.07.1981)// СПС КонсультантПлюс

Ненадлежащий контроль за домашними животными также может повлечь привлечение к административной ответственности.

Согласно ст. 7.17 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, умышленное повреждение или уничтожение чужого имущества, если такими действиями не был причинен значительный ущерб, влечет наложение административного штрафа в размере от 300 до 500 рублей40.

Привлечение к ответственности виновных лиц (в т. ч. сбор необходимых для привлечения к ответственности доказательств) может стать крайне затруднительным, экономически нецелесообразным. В этой связи гражданам следует принимать предупредительные меры, посредством обращения в органы полиции, администрацию либо в суд, с целью понуждения правонарушителей к обеспечению надлежащего контроля за собственными животными.

Признание таких животных в качестве источников повышенной опасности, привлечение собственников к ответственности за вред, причиненный источником повышенной опасности, может послужить в качестве одного из дополнительных стимулов обращения с домашними животными согласно установленным требованиям законодательства.

Характеризуя сегодняшнее положение дел, стоит отметить, что на федеральном уровне имеется определенный правовой вакуум в регулировании правоотношений, субъектами которых являются юридические и физические лица, а также органы государственной власти, органы местного самоуправления и общественные организации, а объектом— животные, находящиеся не в состоянии естественной свободы, а, соответственно не относящиеся к объектам животного мира41. Практически, в реальной жизни данные общественные отношения сложились уже давно, а должное правовое регулирование до сих пор отсутствует.

Использованные источники:

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ(ред. от 01.07.2015)//"Собрание законодательства РФ", 29.01.1996, N 5, ст. 410.
2. "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 28.11.2015)// "Собрание законодательства РФ", 17.06.1996, N 25, ст. 2954.
3. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ(ред. от 14.12.2015)// "Парламентская газета", N 2-5,

[39]См.: "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 28.11.2015)// "Собрание законодательства РФ", 17.06.1996, N 25, ст. 2954.

[40]См.: "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ(ред. от 14.12.2015)// "Парламентская газета", N 2-5, 05.01.2002.

[41] См.: ст. 3 Федерального закона от 24.04.1995 N 52-ФЗ(ред. от 13.07.2015)"О животном мире"// "Российская газета", N 86, 04.05.1995.

05.01.2002.
4. Федеральный закон от 24.04.1995 N 52-ФЗ(ред. от 13.07.2015)"О животном мире"// "Российская газета", N 86, 04.05.1995.
5. "Правила содержания собак и кошек в городах и других населенных пунктах РСФСР"(утв. Минжилкомхозом РСФСР 12.06.1981, Минсельхозом РСФСР 24.06.1981, Минздравом РСФСР 24.06.1981, Минюстом РСФСР 03.07.1981)// СПС КонсультантПлюс
6. "Гражданский кодекс Р.С.Ф.С.Р."// "Известия ВЦИК", N 256, 12.11.1922. и послед. Документы.
7. Горохов Д.Б., Горохова Ю.В. Проблемы правового регулирования отношений по содержанию, использованию и охране животных, не относящихся к объектам животного мира // Законодательство и экономика. 2015. N 3. С. 22 - 41.
8. Долинская В. В. Источники повышенной опасности//http://www.blog.servitutis.ru/?p=210
9. Красавчиков О. А. Возмещение вреда, причиненного источником повышенной опасности. М. 1966. С. 65.
10.Лякуб П. М. Устав о наказаниях, налагаемых мировыми судьями. М.: Книга по Требованию, 2011. 210 с.
11.Мохов А.А., Копылов Д.Э. Псовые как объект гражданских прав // Юридический мир. 2006. N 12. С 41-45
12.Постановление Президиума ВАС РФ от 08.04.1997 N 5923/96// "Вестник ВАС РФ", 1997, N 7.
13.Апелляционное определение Омского областного суда от 13.08.2014 по делу N 33-5167/2014//СПС КонсультантПлюс
14.Апелляционное определение Верховного суда Республики Татарстан от 16.06.2014 по делу N 33-7967/2014//СПС КонсультантПлюс

Сухова Н.В., к.юр.н.
доцент
кафедра «Гражданского права и процесса»
Крестинина М.В.
студент 3курса
Тюменский государственный институт
Россия, г. Тюмень

ПОЛЬЗА МЕДИАЦИИ В ГРАЖДАНСКОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация. *В статье «Польза медиации в гражданском судопроизводстве Республики Казахстан». Рассматриваются вопросы внедрения института медиации в гражданское судопроизводстве, которые*

будут способствовать созданию и развитию в Республике Казахстан эффективного института медиации, и авторитетных медиатров, а также, механизмы гражданского судопроизводства, которые получат высокий уровень доверия у граждан.

Abstract In the article "Introduction of the institute of mediation in civil proceedings." The issues of implementation of the Institute of mediation in civil proceedings, which will promote the establishment and development in the Republic of Kazakhstan Institute of effective mediation and authoritative mediatrov, as well as the mechanisms of civil proceedings, which will receive a high level of trust among citizens.

"Азаматтық сот өндірісіне медиация институтын енгізу" мақаласын да Қазақстан Республикасында медиация институтының, белсенді медиат рорлардың және деазаматтар арасында жоғары денгейдегі сенімге ие бола тын азаматтық сон өндірісі механизымының тиімді қалыптасып дамуына әсер ететін азаматтық сот өндірісінемедиация институтын енгізу мәселел ері қарастырылады.

Концепцией правовой политики Республики Казахстан, на период с 2010 до 2020 года определено, что в целях максимальной реализации прав участников гражданского судопроизводства, своевременной защиты и восстановления нарушенных прав и свобод личности, интересов общества и государства. Меры по совершенствованию гражданско-процессуального законодательства могли бы быть ориентированы также на закрепление разнообразных путей и способов достижения компромисса между сторонами частно-правовых конфликтов (медиация, посредничество и другие) как в судебном, так и во внесудебном порядке. А также развитие внесудебных форм защиты гражданских прав, в том числе обсуждения возможности использования мер примирительных процедур при подготовке дела к судебному разбирательству[1].

В Гражданский процессуальный кодекс Республики Казахстан, принятый в 1999 году, больше пятидесяти раз вносились различные поправки. Указанные изменения и дополнения, а также общественная потребность совершенствования гражданского судопроизводства обусловлены необходимостью комплексной проверки ГПК РК для реализации приоритетных положений вышеуказанной «Концепции правовой политики».

Системный характер обновления ГПК РК основывается на принятой недавно Концепции проекта ГПК РК, в которой обозначены основные направления совершенствования названного кодекса.

В 2011 году в Республике Казахстан вступил в силу Закон «О медиации» – во всех сферах социального взаимодействия, медиация, находит только положительный отклик.

Увеличение энтузиазма к медиации разъясняется слабостью и перегруженностью судебной системы РК, сложностью с реальным фактическим исполнением актов юрисдикционных (в том числе, судебных)

органов, нацеленностью государственной власти на передачу все большего объема контрольно-надзорных возможностей в сферу публичного саморегулирования. В этой связи медиация в Казахстане должна стать одним из главных принципов урегулирования правовых споров, что беспристрастно и закономерно соотносится с принятой обществом моделью свободной рыночной экономики. Применявшиеся ранее способы сейчас уже не позволяют получить требуемый итог.

Стремление разрешать споры конкретно методом медиативных процедур говорит об ином, более высочайшем, уровне правовой культуры субъектов права и гражданского общества в целом.

Понятие «медиация» получило свое отражение в Концепции проекта Закона Республики Казахстан «О примирительных процедурах (медиации)». В данной Концепции обозначено, что медиация - это основанный на обоюдном согласии и доброй воле конфиденциальный переговорный процесс, где спорящие стороны, с помощью медиатора пробуют выработать применимое решение по урегулированию данного спора.

Процветающим веком казахского правосудия называли время, когда конфликты решались между двумя конфликтующими сторонами в присутствии так называемых биев, степных ораторов, владевших словом и наделенных мудростью. Не было тогда судебных исполнителей, понуждения к выполнению. Но слово авторитетнейших людей того времени, уважалось всеми и производилось безоговорочно. Вот таким образом и складывалась историческая форма первой медиации, то, что на данный момент именуют внесудебным либо досудебным порядком разрешения конфликтных ситуаций. Две конфликтующие стороны с привлечением медиатора приходят к консенсусу, а именно решению, удовлетворяющему обе стороны. Медиатор должен владеть определенным набором познаний и умений в области права, психологии, философии, должен уметь убеждать. Он ни при каких обстоятельствах не может являться посредником между судом и спорящими сторонами, не может представлять ничьи интересы, его положение и социальный статус не подразумевают внедрение силы в какой-нибудь форме. Авторитет медиатора базируется только на качестве предоставляемых им услуг по поиску лучших путей решения проблем, с которыми к нему обращаются клиенты. Медиатор это тот, кто предлагает другой метод решения конфликтов, наименее накладный, более психологически комфортабельный для тех физических и юридических лиц, для которых судебное разбирательство является стрессовой ситуацией со всеми вытекающими для них негативными последствиями.

Закон «О медиации» в Республике Казахстан уже работает, но суды, как понятно, как и раньше заполнены исками. Также необходимо подчеркнуть, что у населения и больших организаций, большой популярностью это новаторство пока не пользуется, потому что народ полностью не ознакомлен о всей полезности этого благого дела. А меж тем, медиация как метод альтернативного разрешения конфликтов интенсивно

развивается в почти всех странах мира. А в Казахстане только не так давно начали происходить сдвиги. Как показал соцопрос на улицах Астаны, о медиации люди не знают фактически ничего.

Но медиаторы не отчаиваются и продолжают напоминать, что, приходя к ним, люди не только лишь сберегают средства, время и нервы, да и сохраняют годами наработанные деловые, партнерские, семейные и личные связи. Медиаторам, открывшим свои конторы, месяцами приходилось просиживать без работы, потому что люди просто не знали, чем им может посодействовать профессиональный переговорщик. А меж тем, опытные медиаторы считают, что это неплохой и действенный метод сохранить отличные либо, по крайней мере, нейтральные отношения между спорящими сторонами. Медиатор оказывает профессиональную помощь без адвокатов, судей и бумажной волокиты.

К примеру, профессиональный медиатор, может провести внесудебный раздел имущества. Ведь во время раздела имущества, супруги могут взаимовыгодно поделить вместе нажитое имущество, да и сохранить при всем этом отличные взаимоотношения. К тому же у опытного медиатора имеется опыт работы с предпринимателями. Ведь бизнес - это не только лишь средства, но, сначала, к тому же партнерские дела. Но жизни случается, что люди в силу каких-то событий не всегда могут найти общий язык и это, обычно, ведет к конфликтам, спорам и в большинстве случаев доходит до суда. Ведь, как известно, бизнес-сообщество платит 3-процентную госпошлину от суммы иска при обращении в суд за разрешением хозяйственных споров. Эта пошлина иногда достигает миллионов тенге! Ее возвращают, если только истец выигрывает дело. В числе проигравших, кстати, могут оказаться государственные национальные компании. Что мешает попытаться разрешить конфликт для начала вне суда и сэкономить государственные деньги?

Понятно что судебно-правовая система Казахстана не всегда дает тот полезный эффект и итог, который желателен личным бизнесменам. Но народ, почему-то, все равно не выстраивается в очередь на прием к медиатору. Люди боятся всего нового и не понимают, что старое не всегда лучшее.

В Казахстане, ну и во многих других странах, ментальность людей построена таким образом, что ведение переговоров считается проявлением беспомощности либо неуверенности. Но, ведь сила разума - это тоже великая сила.

Реальный успех всегда находится в зависимости от того, как верно определяется - когда нужно использовать силу, а когда нужно пойти на компромисс, перейдя к переговорному процессу. И это притом, что сберечь тут время, нервы и средства намного реальнее, чем в судах. Обычно, работа медиатора, в зависимости от трудности дела, составляет от 30 до 75-90 тысяч тенге, что, все же, дешевле, чем расходы на юридическую защиту в суде. Вознаграждение медиатору зависит не от оспариваемой суммы, но от сложности самого конфликта.

Закончили стороны конфликт мировым соглашением, подписали его - и все, конфликта нет. А далее уже выполнение его, очевидно, должно происходить на добровольной основе. Смысл в том, что к медиативному соглашению обе стороны приходят добровольно, а означает и победа их - взаимная. И шансы на его выполнение еще выше, чем в суде, где проигравшие могут месяцами, а то и годами добиваться отмены неугодного им решения. Исполняться оно все это время не будет, зато вышеупомянутых времени, нервов и средств будет потрачено много.

Еще есть один очень важный нюанс в данной альтернативе разрешения споров - это полная и бесспорная конфиденциальность, что, тоже важно. Так, к примеру, в США до 95% личных споров разрешается, не дойдя до суда. Эффективность работы медиаторов Европы составляет 80%. В других странах эта цифра составляет 30-50%[3].

Но, к сожалению, в Казахстане медиация пока используется очень слабо, и это невзирая на наличие Закона РК «О медиации», прошедших обучение медиаторов и открытие центров медиации в почти всех областных городах. Опыт других государств дает подсказку, что самыми необходимыми мерами по внедрению медиации в Казахстане являются пропаганда и законодательное закрепление этой процедуры.

А здесь выходит что, закон есть, а информации о нем - нет. Так считают многие медиаторы. Чтоб Закон заработал, нужно, чтоб общество понимало, что такое медиация. Потому перед госорганами стоит задача заняться рекламой и объяснением медиации в СМИ. Проводить показательные процессы медиации через телевидение, как шоу.

Например, в Российской Федерации очень часто, можно увидеть по телевидению различные судебные процессы. Очевидно, что это не реальные судебные дела, а созданные ситуации по судебным практикам и разрешением различных судебных споров, одним словом, это шоу, но населению наглядно показывают, как стоит вести себя в определенном судебном процессе.

Думается что, с внедрением медиации в Казахстане, будет повышена эффективность работы судебной системы, часть дел будут рассматриваться посредством медиации. Суды будут значительно разгружены. Ожидается, что это положительно скажется на качестве разрешения конфликтов. Медиация имеет очевидные достоинства в области решения корпоративных споров, более высока возможность удовлетворения сторон результатами рассмотрения споров. Медиация в силу особенных технологий переговоров, направленных на сотрудничество спорящих сторон, способна стать действенным правовым механизмом. На сегодня промышленный и информационный прогресс привели к тому, что количество споров возросло в геометрической прогрессии. На сегодня, Казахстан находится в исходной стадии использования других способов разрешения споров, потому в стране медиация употребляется очень слабо. Одним из важнейших причин, препятствующих развитию медиации в республике, является отсутствие у людей и казахстанского бизнеса адекватной информации об этом методе

разрешения споров.

А между тем, на разных конференциях, посвященных медиации, представители муниципальных органов, казахстанские и зарубежные медиаторы, судьи, также представители неправительственных организаций предлагают ряд советов. А именно, заинтересованным муниципальным органам и организациям необходимо создать кодекс чести медиаторов, который будут соблюдать все медиаторы страны и т.д.

Но от одних предложений и советов, вряд ли что - то кардинально поменяется в этом направлении. На сегодня можно перечислить неограниченное количество проблем имеющихся в гражданском судопроизводстве по внедрению института медиации. Внедрение института медиации практически стопроцентно зависят от того, готовы ли казахстанские власти приложить для реализации настолько непростой задачи нужные денежные, организационные и умственные усилия. Обеспечить кадровое, материально-техническое, правовое и организационно-методическое обеспечение медиаторов. Подготовить семинары, дополнительные меры по подготовке профессиональных медиаторов, осуществляющих деятельность по гражданским делам, также создать возможности по повышению их квалификаций при помощи обмена опыта либо стажировки в зарубежных странах, чтобы сформировать у них правозащитное мышление.

В последние годы медиация приобретает в Казахстане определенное распространение. В Республике Казахстан создан ряд центров медиации. По данным Конфедерации неправительственных организаций Казахстана (КНОК) в республике действует «Центр развития переговорного процесса и мирных стратегий в разрешении конфликтов». В Астане, Алматы, Караганде, Шымкенте имеются медиаторы, получившие свидетельства о присвоении квалификации медиатора. Их учили, а именно, специалисты по медиации из Санкт-Петербурга. Открыты центры медиации в Алматы, Астане, Атырау, Актобе[2].

Таким образом, для полной ликвидации проблем внедрения института медиации в гражданском судопроизводстве необходимо выработать такие рычаги управления, которые будут содействовать созданию и развитию в Республике Казахстан действенного института медиации, и авторитетных медиаторов, также, механизмы гражданского судопроизводства, которые получат высокий уровень доверия у людей.

Использованные источники:

1. Концепция проекта Закона Республики Казахстан «О примирительных процедурах (медиации)».
2. Материалы Круглого стола по вопросам внедрения медиации в Казахстане, 17-18 сентября 2014 года, г. Астана.
3. Максуров А.А. Медиация в праве: юридическая технология медиативных процедур/ Максуров А.А., Таланова М.В — М.: ЭкООнис, 2014.— 456с.

Ткачук Н.А.
студент 3 курса
факультет экономики, менеджмента и бизнес-информатики
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
Россия, г. Пермь

ДОВЕРИТЕЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ОСОБЕННОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПРАВОВОГО ИНСТИТУТА В РОССИИ

Доверительное управление - самостоятельный гражданско-правовой институт, существующий в Российской правовой системе. Он охватывает достаточно большое количество объектов и механизмов осуществления, а потому представляется крайне интересным для изучения и анализа.

Целью данной работы является анализ правового института доверительного управления на предмет выявления его сильных и слабых сторон. Для достижения данной цели потребуется решение следующих задач:

- изучение нормативно-правовой базы, регламентирующей действие института доверительного управления в Российской Федерации;
- изучение научно-публицистической литературы на предмет выявления общих тенденций развития данного гражданско-правового института;
- анализ изученного материала для выявления сильных и слабых сторон института доверительного управления;

Ключевые слова: доверительное управление, преимущества, недостатки, договор, сделка, имущество, доверительный управляющий.

Trust management is an independent civil institute that exists in the Russian legal system. It covers quite a large number of objects and implementation mechanisms, and therefore it is extremely interesting to study and analyze.

The aim of this work is the analysis of the legal institution of the trust management to identify its strengths and weaknesses. To achieve this goal it is required to solve the following problems:

• To study the legal framework governing the operation of the Institute of trust management in the Russian Federation;

• To study the scientific and journalistic literature to identify general trends in the development of the civil and legal institutions;

• To analyze the material studied to identify the strengths and weaknesses of the institution of trust management;

Keywords: trust management, advantages, disadvantages, contract, deal, estate trustee.

Итак, основной документ, регламентирующий осуществление

доверительного управления в России - Гражданский Кодекс РФ (часть вторая, глава 53)[42].

Доверительное управление, согласно ГК РФ - это сделка, закрепленная соответствующим договором. Основными условиями данной сделки являются:

а) передача одной стороной (учредителем управления) другой стороне (доверительному управляющему) имущества в доверительное управление на определенный срок;

б) доверительный управляющий обязуется управлять имуществом в интересах учредителя или иного выгодоприобретателя;

Данную ситуацию более подробно можно рассмотреть на примере. Представим себе следующую ситуацию:

У предпринимателя Д есть завод по изготовлению строительных материалов. Данный завод располагается на загородных территориях в нескольких прежде пустовавших кирпичных постройках. Все эти постройки были приобретены надлежащим образом самим Д. Однако завод занимает не все постройки, два достаточно значительных по площади помещения пустуют. Д решает переоборудовать данные помещения под швейный цех, однако из-за нехватки времени и отсутствия должной квалификации, он не способен это сделать. И тогда он решает предоставить право управления своему знакомому - М.

Они заключают договор доверительного управления друг с другом, по которому Д - учредитель управления передает свое имущество - два помещения площадью 400 квадратных метров, находящихся по конкретному адресу на 6 месяцев, в то время как М в данный обязуется совершать юридические и фактические действия в интересах и с целью извлечения выгоды в пользу Д.

Доверительный управляющий (на примере, М) вправе получить выгоду от своей деятельности. Вознаграждение доверительного управляющего оговаривается в договоре.

Важно отметить, что доверительное управление не влечет за собой передачи прав собственности на имущество (что прямо установлено законом). В этом вопросе институт доверительного управления существенно отличается от института доверительной собственности (траст), существующего в англо-американском праве, в котором существует тенденция расщепления прав собственности.

На примере мы разобрали передачу в доверительное управление недвижимого имущества, однако, ГК РФ также закрепляет и другие объекты доверительного управления, такие как "предприятия, ценные бумаги, права, удостоверенные бездокументарными ценными бумагами, исключительные права и другое имущество".

---

[42] "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 06.04.2015, с изм. от 07.04.2015)

Как и любой другой правовой институт, институт доверительного управления имеет сильные и слабые стороны.

Одним из положительных качеств института доверительного управления является быстрота и удобство проведения операций. Непосредственно введение и выведение активов (имущества) из операций занимает достаточно небольшое и время и поэтому является более приемлемым, чем любой банковский вклад.

Следующим плюсом доверительного управления можно назвать большую эффективность и доходность. Как правило, доверительный управляющий, привлекаемый к заключению сделки - специалист, который специализируется к той или иной сфере, в которой необходимо осуществить доверительное управление. Следовательно, управляющий сможет принести значительную прибыль, так как он более целесообразно использует имущество.

Существует и недостаток данного гражданско-правового института, стандартный для всей экономической деятельности - отсутствие гарантированного дохода от доверительного управления. Так в рассмотренном примере нельзя утверждать, что швейный цех, на который были потрачены средства и деятельность доверительного управляющего, выйдет на окупаемость и будет приносить прибыль. Однако, как уже говорилось ранее, данный риск существует для инвестиционной деятельности в целом. В рамках доверительного управления гораздо быстрее и проще прекратить экономически невыгодную деятельность, чем, например, вывести свои инвестиции из экономически невыгодного бизнеса, например.

В целом, можно отметить, что институт доверительного управления достаточно качественно регламентирован нормативно-правовой базой. С моей точки зрения, это институт эффективен и может приносить достаточно большую прибыль. Главное условие, тщательная проработка рынка и выработка стратегии и выделение сфер применения доверительного управления. Просчет рисков и тщательное прогнозирование также будут полезны для применения данного института.

Использованные источники:

1. ГК РФ
2. http://businesslike.ru/index.php?showtopic=2466
3. http://www.financialguide.ru/encyclopedia/doveritelnoe-upravlenie

Улемаев К.Р.
студент 3 курса
Загидуллин М.А.
студент 2 курса
Юридический факультет
МГУ им. М.В. Ломоносова
Россия, г. Москва

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОРМ О ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИИ ПРАВОМ В КАЧЕСТВЕ СПОСОБА ЗАЩИТЫ ПРАВ УЧАСТНИКОВ ГРАЖДАНСКИХ И СЕМЕЙНЫХ ПРАВООТНОШЕНИЙ

Анализ изменений статьи 10 Гражданского кодекса в рамках реформы общих положений ГК.

1 марта 2013 года вступила в силу новая редакция ст. 10 ГК РФ, которая значительно модернизировала категорию злоупотребления правом. Законодатель ввёл критерии для квалификации действий в качестве злоупотребления. Тем самым норма с одной стороны стала более определённой, а с другой стороны появились приделы применения данной нормы по сравнению с предыдущей редакцией. Если ранее злоупотребление правом в ст. 10 ГК РФ описывалась как шикана, «а также злоупотребление правом в иных формах» и при этом нигде не раскрывалось, что такое злоупотребление правом и какие иные формы у него могут быть, то сегодня злоупотреблением правом в соответствии с действующей редакцией Гражданского кодекса следует признавать «заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав», в частности, в форме шиканы и действий в обход закона с противоправной целью.

Такие уточняющие новеллы с одной стороны позволили судам применять нормы о последствиях злоупотребления правом в меньшей степени опасаясь отмены решения вышестоящей инстанцией по причинам различного понимания категории злоупотребления правом, а с другой стороны уменьшили коррупционные и иные риски связанные с безосновательным применением судами правил о злоупотреблении правом, как «резиновой» нормы используемой в качестве мотивировки решения суда по делам в которых суд имеет заинтересованность.

Текст статьи 10 ГК в качестве основных способов защиты от злоупотребления правом закрепляет такие меры как отказ в защите права и взыскание убытков, а также применяет иные меры, предусмотренные законом (п. 2 и 4 ст. 10). При этом п. 3 ст. 10 указывает, что если злоупотребление правом выражается в действиях в обход закона с противоправной целью, то отказ в защите права применяются постольку, поскольку иные последствия таких действий не установлены ГК. Следовательно, по общему правилу последствием злоупотребления правом является отказ в защите права полностью или частично, а если злоупотребление правом повлекло нарушение прав иных лиц, то такие лица вправе требовать возмещения причинённых этим убытков. При этом если

злоупотребление правом имело место в форме действий в обход закона с противоправной целью, то по общему правилу будут применяться иные нормы Гражданского кодекса, а при их отсутствии нормы ст. 10 ГК.

Применение норм ст. 10 ГК о злоупотреблении правом довольно часто бывает связанно с большим количеством типизированных судебных ошибок, которые порождает неверное толкование рассматриваемой нормы. Анализ судебной практики позволяет обнаружить эти ошибки и на основе них сформулировать общие и наиболее важные правила применения ст. 10 ГК.

Техника применения статьи 10 Гражданского кодекса.

1) Необходимо учитывать существо правоотношений к которым может применяется ст. 10 ГК непосредственно и по аналогии.

1.1) В частности гражданское законодательство по общему правилу не применяется к административным отношениям (финансовым, налоговым и др.) (п. 3 ст. 2 ГК). К примеру, Президиум ВАС РФ в постановлении от 14.06.2011 N 16970/10 по делу N А05-1486/2010 не учёл рассматриваемые положения и признал действия налогоплательщика по исполнению обязанностей предусмотренных ч. 1 ст. 168 НК злоупотреблением правом в налоговых правоотношениях. Также не допускается применение норм о злоупотреблении правом к полномочиям органов власти. (К примеру, см. апелляционное определение Липецкого областного суда от 22.01.2014 по делу № 33-139/2014г.)

1.2) К отношениям регулируемым семейным законодательством, но не урегулированным им «применяется гражданское законодательство постольку, поскольку это не противоречит существу семейных отношений» (ст. 4 СК). С учётом положений ст. 4 СК правила ст. 10 ГК о пределах осуществления гражданских прав могут применяться к случаям злоупотребления правами участниками семейных правоотношений. Особое внимание при применении норм ГК о злоупотреблении к семейным правоотношениям необходимо обратить на ч. 2 ст. 56 СК «ребенок имеет право на защиту от злоупотреблений со стороны родителей». Конкретным примером применения норм о злоупотреблении ГК к семейным правоотношениям может послужить отказ со стороны органа ЗАГС родителям в записи имени ребенка, которое содержит нецензурную лексику, при регистрации рождения на том основании, что такое имя нарушает личные неимущественные права ребёнка, а такие действия родителей являются недобросовестным осуществлением родительских прав.

2) Применение судом негативных последствий злоупотребления правом может иметь место лишь при условии наличия у лица соответствующего права. Данная позиция была отражена в п. 2 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.11.2008 №127 «Обзор практики применения арбитражными судами ст. 10 ГК РФ». Из этого также следует, что применение последствий злоупотребления правом не может иметь место при злоупотреблении исполнением обязанностей, когда у лица исполняющего обязанность отсутствует корреспондирующее признанное

право на такое исполнение. Для таких случаев характерно применение норм о недобросовестном исполнении обязательств в качестве способа защиты управомоченых лиц по правоотношению.

3) Положения ст. 10 ГК РФ могут быть применены судом по собственной инициативе (п. 3 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.11.2008 №127 «Обзор практики применения арбитражными судами ст. 10 ГК РФ»).

4) Следует учитывать, что отказ в защите права в случае злоупотребления с учетом его характера и последствий может быть по усмотрению суда полным или частичным (п. 2 ст. 10 ГК).

5) Злоупотребление правом по смыслу п. 1 ст. 10 ГК может носить только осознанный характер, а в соответствии с п. 5 ст. 10 ГК действует презумпция добросовестности участников гражданских правоотношений. Следовательно, лицо ссылающееся на злоупотребление правом должно доказать недобросовестность лица при осуществлении своего права, а также заведомо осознанный характер такой недобросовестности со стороны носителя права.

Статья 10 ГК РФ это специфическая совокупность норм общей части уникальных тем, что они закрепляют механизмы защиты от такого осуществления своих прав, которое нарушает права других граждан развивая конституционные принципы сформулированные в ч. 3 ст. 17 Конституции РФ «Осуществление прав и свобод человека и гражданина не должно нарушать права и свободы других лиц».

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации;
2. Семейный кодекс Российской Федерации;
3. Федеральный закон "Об актах гражданского состояния" от 15.11.1997 N 143-ФЗ;
4. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25.11.2008 №127 «Обзор практики применения арбитражными судами ст. 10 ГК РФ»
5. Постановление Президиума ВАС РФ от 14.06.2011 N 16970/10 по делу N А05-1486/2010;
6. Определение Липецкого областного суда от 22.01.2014 по делу № 33-139/2014г.;
7. Принцип недопустимости злоупотребления гражданскими правами в законодательстве и судебной практике (анализ более 250 судебных дел о злоупотреблении правом): монография / А.В. Волков. – М. : Волтерс Клувер, 2011. – 960с.
8. Разумность, добросовестность, незлоупотребление гражданскими правами / Емельянов В.И. – М.: "Лекс-Книга", 2002, 160 стр.

Федорова Т.Ю., к.пед.н
доцент
кафедра «Гражданское права»
Уральский государственный экономический университет
Смирнова О.П.
студент 4 курса
факультет «Финансы и права»
Россия, г. Екатеринбург

РОЛЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ В ТРУДОВЫХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ

Статья посвящена исследованию защиты коммерческой тайны по трудовому праву. Проанализированы теоретические аспекты коммерческой тайны. Выявлена и обоснована необходимость совершенствования защиты коммерческой тайны в организации.

Ключевые слова: Трудовое право, коммерческая тайна, организация защиты закрытых сведений.

Tatiana Fedorova
Associate Professor of Civil Law , Ph.D.
Ural State University of Economics
Ekaterinburg, Russia
Olga Smirnova
4th year student of Civil Law ;
Ural State University of Economics ,
Ekaterinburg, Russia

ROLE OF THE TRADE SECRET IN LABOUR LEGAL RELATIONSHIP

The article investigates the trade secret protection under labor law. Analyzed the theoretical aspects of commercial secrets. Identified and the necessity of improving the protection of trade secrets in the organization.

Keywords: Labour law, trade secret, protection of private information organization.

Актуальность выбранной темы исследования обусловливается тем, что определенные сложности возникают у сторон трудового договора в связи с установлением в трудовом договоре условия о неразглашении сведений, составляющих охраняемую законом тайну.

В законодательстве Российской Федерации упоминается значительное количество различных видов тайн (по некоторым источникам - около 40), которые ограничивают граждан в получении, использовании и распространении той или иной информации. Все их разнообразие, на наш взгляд, можно свести к четырем видам: государственная, коммерческая, профессиональная тайна и персональные данные. Отношения в сфере регулирования соответствующих видов тайн регулируются следующими

федеральными законами: от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [1], от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» [2] и другими нормативно правовыми актами.

Отношения по соблюдению государственной тайны регулируются Законом Российской Федерации от 21.07.1993 № 5485-1 «О государственной тайне», а коммерческая тайна – предмет регулирования Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» и иных федеральных законов.

Согласно статьи 1465 Гражданского кодекса Российской Федерации [3] коммерческая тайна - это сведения производственные, технические, экономические, организационные и другие, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, а также сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, в отношении, которых обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны.

Коммерческая тайна – режим конфиденциальности информации, позволяющий ее обладателю при осуществлении своей деятельности увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду. Это определение содержится в пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» [4].

В литературе выделяют следующие категории коммерческой тайны [5]:

1) секреты производства, или ноу-хау. В определенных научных работах (например, в теории проф. Пелиха А.С.) их называют технологической и научно-технической информацией.

2) деловые сведения. К этим сведениям следует отнести планы развития предприятия, перераспределение финансовых потоков, результаты маркетинговых исследований, формирование деловой репутации и способы продвижения товаров или услуг на внутреннем или внешнем рынке.

Опираясь на вышесказанное, можно сделать вывод о том, что коммерческая тайна – право лица на отказ в доступе к деловой и научно-технологической информации предприятия третьим лицам за исключением случаев, строго регламентированных законодательством. И, соответственно, если есть право на отказ, значит, должно существовать право на защиту от незаконных посягательств на скрываемую информацию.

Заключая трудовой договор и включая условие о неразглашения коммерческой тайны, работодатель рассчитывает, что информация не будет разглашена, использована не в его интересах, но не всегда бывает именно так.

Работник, не выполнивший данного условия трудового договора и разгласивший информацию, может быть привлечен к юридической ответственности. Российское законодательство за разглашение охраняемой

законом тайны предусматривает для работника дисциплинарную, материальную, административную и уголовную ответственность.

Дисциплинарная ответственность работников организаций предусмотрена ст. 192 Трудового кодекса Российской Федерации. В отношении работника, совершившего дисциплинарный проступок, связанный с неисполнением или ненадлежащим исполнением трудовых обязанностей, работодателем могут быть применены следующие дисциплинарные взыскания: замечание, выговор, увольнение по соответствующим основаниям. Порядок применения дисциплинарных взысканий определен в ст. 193 Трудового кодекса Российской Федерации [6].

Материальная ответственность работника наступает в случае нанесения ущерба работодателю в результате разглашения конфиденциальной информации, ставшей известной работнику в связи с исполнением им должностных обязанностей. В соответствии со ст. 232, 238, 242 Трудового кодекса Российской Федерации работник обязан возместить ущерб, нанесенный работодателю. Согласно п. 7 ст. 243 Трудового кодекса Российской Федерации разглашение сведений, составляющих охраняемую законом тайну (коммерческую, служебную или иную), влечет за собой материальную ответственность работника в полном размере причиненного ущерба.

Административная ответственность в отношении распространителя коммерческой тайны регламентирована Кодексом об административных правонарушениях Российской Федерации. Административная ответственность наступает за разглашение информации, доступ к которой ограничен федеральным законом (за исключением случаев, если разглашение такой информации влечет уголовную ответственность), лицом, получившим доступ к такой информации в связи с исполнением служебных или профессиональных обязанностей. Статья 13.14 Кодекса Российской Федерации Об административных правонарушениях устанавливает санкцию в виде штрафа в размере от 500 до 1000 рублей для граждан. Для должностных лиц размер административного штрафа составляет от 4000 до 5000 рублей [7].

Уголовная ответственность за преступления в сфере защиты тайны предусмотрена ст. 283, 284 гл. 29 Уголовного кодекса Российской Федерации. Согласно ст. 183 УК РФ, незаконное разглашение информации составляющих коммерческую тайну, без согласия их владельца, совершенные из корыстной или иной личной заинтересованности и причинившие крупный ущерб – наказываются штрафом в размере от двухсот до пятисот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от двух до пяти месяцев либо лишением свободы на срок до трех лет со штрафом в размере до пятидесяти минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного месяца либо без

такового [8].

Из всего выше сказанного следует сделать вывод, что при применении указанных видов ответственности применяемых к работнику необходимо установить [9]:

1) Факт разглашения коммерческой тайны. Необходимым условием для установления данного обстоятельства является сообщение её третьим лицам без согласия обладателя такой информации. Разглашение информации, составляющей коммерческую тайну – действие или бездействие, в результате которых информация, составляющая коммерческую тайну, в любой возможной форме (устной, письменной, иной форме, в том числе с использованием технических средств) становится известной третьим лицам без согласия обладателя такой информации либо вопреки трудовому или гражданско-правовому договору. Если «секретные» документы были отправлены по электронной почте, то это может зафиксировать соответствующий специалист – программист путем составления служебной записки. Причем, как указывает Арбитражный суд Свердловской области в своем определении, не так уж важно, прочитал ли адресат направленное ему письмо или нет [10].

2) Факт причинения ущерба. Следует отметить, если на момент совершения данного правонарушения с работником ещё не был, расторгнут трудовой договор, на данные отношения будут распространяться нормы статьи 238 Трудового кодекса Российской Федерации, устанавливающей материальную ответственность работника за причинённый работодателю прямой действительный ущерб. Неполученные доходы (упущенная выгода) взысканию с работника не подлежат. При этом убытки работодателя в связи с разглашением коммерческой тайны, как правило, составляют именно неполученные им доходы.

3) Противоправность деяния работника. В данном случае – это различного рода действия или бездействие, которые привели к разглашению информации, составляющей коммерческую тайну, и при этом организации нанесен ущерб. Работник, совершивший данное деяние, привлекается к материальной ответственности независимо от его привлечения за это деяние к другим видам юридической ответственности – дисциплинарной, административной или уголовной.

4) Вину работника. Работодателю сложно доказать вину «нарушителя» в разглашении информации, содержащей коммерческую тайну. Затруднения вызваны тем, что трудовое законодательство Российской Федерации имеет явный «перекос» в сторону защиты прав работников, что, позволяет работнику в суде добиваться признания незаконным увольнения по подпункту «в» п. 6 ч. 1 ст. 81 Трудового кодекса Российской Федерации. Работник может быть уволен по данной статье, только если сведения, которые он разгласил, относятся к информации, содержащей коммерческую тайну, и стали ему известны в рамках трудовых отношений с работодателем, и он обязывался не разглашать такие сведения [11].

Поэтому, исходя из сказанного, работодателю необходимо внедрять мероприятия, при соблюдении которых он вправе рассчитывать на успех в судебных спорах.

Судебная практика по делам данной категории немногочисленна, и она свидетельствует о том, что решение суда зависит от своевременного и качественного, с учетом принципа достоверности предоставления доказательств.

Поскольку сведения, составляющие охраняемую законом тайну, могут быть необходимы для выполнения определенной работы, осуществляемой по трудовому договору, возникает потребность в совершенствовании правового регулирования отношений по обеспечению коммерческой тайны в организации и предоставлению доступа работников к закрытым сведениям.

Первое, что нужно сделать, это разработать и утвердить Положение о защите коммерческой тайны. С этим документом должны быть под роспись ознакомлены все работники. В нем можно предусмотреть, в частности, перечень сведений, составляющих коммерческую тайну; перечень работников, допущенных к коммерческой тайне; правила допуска к коммерческой тайне; правила работы со сведениями, составляющими коммерческую тайну; правила хранения сведений, составляющих коммерческую тайну.

Кроме установления подобных правил, следует создать условия для обеспечения защиты закрытых сведений. Хранить носители, содержащие конфиденциальную информацию, нужно в сейфе. Доступы к персональному компьютеру и локальной сети осуществлять только по индивидуальному логину и паролю.

Обязанность не разглашать информацию, составляющую коммерческую тайну (секреты производства), следует прямо предусмотреть трудовым договором, или приложением к нему, а при необходимости и должностной инструкцией работника.

Итак, институт коммерческой тайны играет важную роль в трудовых правоотношениях. Поэтому работодатели, которые реально хотят сохранить конфиденциальность сведений, должны, во - первых, четко предусмотреть в трудовом договоре либо в приложении к нему те сведения, которые составляют коммерческую тайну, установив ответственность за ее разглашение; во-вторых, после расторжения трудового договора с работником заключить с ним гражданско-правовой договор о соблюдении определенного режима сохранения и неразглашения коммерческой тайны и о гражданско-правовой ответственности за ее разглашение, в том числе за передачу третьим лицам. Работодатель должен также способствовать уменьшению сменяемости кадров, обдуманно и адекватно осуществлять подход к допуску работников к информации, составляющей коммерческую тайну [12].

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая - четвертая)

[Текст]: по сост. на 13 мая 2014 г. / Москва ; М: Москва : ЭКСМО, 2015 г. – 864 с.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Текст]: Федеральный закон от 30.12. 2001 г. № 195-ФЗ, / Москва; М: Москва: ЭКСМО, 2015 г. – 912 с.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации [Текст]: Федеральный закон от 30.12. 2001 г. № 197-ФЗ, / Российская Федерация. Законы. – Волгоград ; М. : Изд-во ВолГУ : Либрис, 2002. — 225 с.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации [Текст]: Федеральный закон от 24.05.1996 г. № 63, / – Москва : ЭКСМО, 2012. – 176 с.
5. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Текст]: Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ, / – Москва : Юстицинформ, 2007. – 128 с.
6. О коммерческой тайне [Текст]: Федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ (ред. от 01.01.2014 г.) - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
7. О персональных данных [Текст]: Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ, / Москва : Рид Групп, 2011. – 48 с.
8. Абросимова А.В. Коммерческая тайна как особая разновидность интеллектуальной собственности [Текст] // Российское правоведение: Трибуна молодого ученого: Сборник статей. - Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та, 2014, Вып. 9. - С. 64-65
9. Агафонова, Н. Н. Трудовое право [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. Н. Агафонова, Т. В. Богачева, Л. И. Глушкова ; под. общ. ред. А. Г. Калпина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Юристъ, 2014. — 542 с.
10.Варламова А.Н. Северин В.А. Коммерческая тайна в России. [Текст] - М.: ЗЕРЦАЛО-М, 2014. - 615 с.
11.Дмитриев С.А. Вопросы правового регулирования получения информации, составляющей коммерческую тайну [Текст] // Проблемы повышения эффективности деятельности транспортных прокуратур: Сборник статей. - М.: Акад. Ген. прокуратуры РФ, 2012. - С. 45-54
12.Колебошин Г.М. Обязанности работника в отношении коммерческой тайны работодателя [Текст] // Трудовое право. - М.: Интел-Синтез, 2013, № 5. - С. 87-90

Федорова Т.Ю., к.п.н.
доцент
кафедра гражданского права
Мухранов Р.Н.
студент 4 курса
кафедра гражданского права
Уральский государственный экономический университет
Россия, г. Екатеринбург

К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ РЕГУЛИРОВАНИЯ БРАЧНОГО ДОГОВОРА

Аннотация: в настоящей статье рассматриваются основные проблемные моменты регулирования брачного договора. Рассматривается опыт заключения брачного договора во времена царской России, нашего времени и опыта зарубежных стран.

Ключевые слова: брачный договор, правоотношения, имущественные отношения, царская Россия.

Tatiana Fedorova
Associate Professor of Civil Law , Ph.D.
Ural State University of Economics
Ekaterinburg, Russia
Ruslan Mukhranov
4th year student of Civil Law ;
Ural State University of Economics ,
Ekaterinburg, Russia

ON THE ISSUE OF REGULATION OF MARITAL CONTRACT

Abstract: This article discusses the main problematic aspects of regulation of the marriage contract . The experience of the marriage contract in the times of Tsarist Russia , of our time and the experience of foreign countries.

Keywords : prenuptial agreement , legal , property , tsarist Russia .

Семейные правоотношения являются одним из основополагающих видов правовых отношений, которые регулируются гражданским и семейным законодательством. С появлением такого института, как брачный договор, у супругов появилось право самим устанавливать правовой режим своего имущества, как во время брака, так и в случае его расторжения. Брачный договор, являясь регулятором имущественных отношений супругов, становится действительно важным правовым институтом, который имеет много достоинств, к числу которых следует отнести предоставляемую им возможность разрешения любого спора еще до его возникновения.

Согласно ст. 40 Семейного кодекса Российской Федерации брачным договором признается соглашение лиц, вступающих в брак, или соглашение супругов, определяющее имущественные права и обязанности супругов в браке и (или) в случае его расторжения [1].

Теория брака, как договора впервые возникла в Древнем Риме, римское

право регулировало только имущественные отношения, поэтому все основные формы брака рассматривались как обычная гражданско-правовая сделка. И только в дальнейшем церковные нормы придают институту брака характер мистического таинства, акцентируя внимание на духовной стороне. Брачный договор не являлся обязательным для заключения брака, однако такой договор часто составлялся, так как он регулировал вопросы, связанные с приданым и формальностями его выплаты в случае развода. Во время свадьбы договор зачитывался вслух, а затем десять свидетелей ставили свои печати.

О необходимости применения брачного договора свидетельствуют и законодательство царской России. Понятие «брачный договор» Россия знает с 15 века. В то время под брачным договором понималось гражданское обручение, то есть обещание вступить в брак. Правовое регулирование взаимоотношений супругов и содержание данного договора претерпевало значительные изменения на протяжении трех веков. От свободы в распоряжении имуществом в начале 15 века до полной зависимости от мужа со второй половины 16 века и, к самостоятельности и раздельности имущественной обязанности в 18 веке. В допетровскую эпоху брачный договор имел начала юридического характера, в договоре определялись различного вида обстоятельства, которыми договаривающиеся стороны хотели оформить заключение брака. В этом случае договор выполнял назначение своеобразного балансира, поддерживавшего внутреннее семейное равновесие, поскольку позволял решить не только отношения, связанные со свадьбой, но и закладывал некий фундамент семейных отношений для будущего. Бесконфликтность предбрачных отношений, достигаемая при помощи брачного договора, способствовала психологическому восприятию молодоженами всей дальнейшей жизни как жизни без конфликтов [2].

Таким образом, брачный договор в его изначальном смысле следует рассматривать как элемент и культурной, и социальной системы общества. Он является своеобразным способом сохранения и передачи сложившихся образцов поведения от поколений к поколению [3].

Затем, в Своде законов Российской Империи был установлен принцип раздельности имущества супругов, который предоставлял возможность супругу самостоятельно распорядиться своим имуществом.

Мы видим, что брачные договоры существовали в царской России до 1917 года, и уже, в те времена брачный договор избавлял людей от множества проблем в семейной жизни, при разводе и в случае смерти одного из супругов. Необходимо отметить, что советское законодательство о семье и браке, такой нормы не содержало. Возможность заключения брачного договора появилось в 1994 году, а современный вид законодательная база в этой области приобрела лишь в 1995 году.

До принятия ныне действующего Семейного кодекса Российской Федерации практически все семейное право было императивным. Однако

преобладание императивных норм в семейном праве вступило в противоречие с потребностями реальной жизни. Необходимо было предоставить участникам семейных отношений большую свободу в определении содержания этих отношений. Этому был призван служить брачный договор. Брачный договор в современной России распространен не столь широко, как в зарубежных странах [3]. Так, согласно статистическим данным Министерства юстиции Российской Федерации в России в 2014 году было зарегистрировано более 48 тысяч брачных договоров (что составляет 0,05% от числа зарегистрированных браков в Российской Федерации).

Однако ценность брачного договора заключается не в том, что каждая супружеская пара заключает его, а в том, что каждая супружеская пара имеет возможность урегулировать имущественные отношения таким способом. Следовательно, супруги свободны в своем выборе: заключать брачный договор или воздержаться от его заключения. Это, безусловно, достижение нашего законодательства. Но введение института брачного договора породило и проблемы, в том числе, нормативного характера, не скорректированные пока, к сожалению, правоприменительной практикой.

Остановимся на некоторых проблемных моментах правового регулирования брачного договора и попробуем сформулировать некоторые предложения по их разрешению.

Согласно ст. 41 Семейного Кодекса Российской Федерации брачный договор может быть заключен до регистрации брака и какое - то время может существовать до тех пор, пока брак не будет зарегистрирован, не имея юридической силы. Это порождает правовую неопределенность, так как брачные отношения могут быть зарегистрированы через длительное время или не зарегистрированы вообще. Этот вопрос следовало бы урегулировать, введя, например, с помощью прямой отсылки на Гражданский Кодекс Российской Федерации, условия о предварительном договоре с определенным сроком действия. Так, например, в Японии брачный договор действителен лишь, если он заключен до подачи заявления о вступлении в брак. Документ, заключенный после свадьбы подлежит аннулированию, и тогда имущественные отношения между супругами регулируются нормами гражданского кодекса. Более того, после подачи заявления о вступлении в брак брачный договор по японскому законодательству не может быть изменен. Поправки допускаются лишь в случае, если сам договор содержит положение о порядке его изменения.

Условия брачного договора могут быть рассчитаны на период после прекращения брака. А между тем, согласно ст. 40 Семейного Кодекса Российской Федерации субъектами брачного договора являются супруги или лица, вступающие в брак. По смыслу закона бывшие супруги уже не являются субъектами заключенного между ними договора. Поэтому считаем целесообразным отметить в законе, что субъектами брачного договора являются также и бывшие супруги в отношении заключенного между ними ранее брачного договора.

Статьей 42 Семейного Кодекса Российской Федерации предусмотрен порядок изменения брачного договора. Изменения должны быть совершены в той же форме, что и сам договор, то есть нотариальной. Однако согласно ст. 38 Семейного Кодекса Российской Федерации соглашение о разделе имущества, составленное в простой письменной форме, может изменить условия брачного договора. В связи с этим целесообразно прямо указать в законе, что соглашение о разделе имущества может иметь место, если между супругами не заключен брачный договор.

В связи с тем, что фактические браки находят все большее распространение, к соглашениям между фактическими супругами о режиме их имущества можно применить нормы брачного договора в порядке аналогии права.

В законодательстве Российской Федерации содержится лишь два правовых режима имущества супругов, что сужает их возможности выбора. Предлагаем в связи с этим изучить и использовать опыт зарубежных стран по данному вопросу, в частности, Франции (в кодексе Наполеона предлагается 6 вариантов правового режима) [5].

Известно, что согласно Семейному Кодексу Российской Федерации предметом брачного договора могут быть только имущественные права и обязанности. Это положение заслуживает внимания. Мы разделяем точку зрения российских ученых, изложенную в научной литературе, где неоднократно указывается, что законодательство большинства стран предусматривает возможность урегулирования в брачном договоре не только имущественных, но и неимущественных прав и обязанностей супругов [4].

В законодательстве некоторых государств, где имеет место дуализм частного права, предусмотрены специальные правила, четко регламентирующие права физических лиц – коммерсантов в сфере торговой деятельности, когда это связано с имуществом супругов [2]. У нас эти вопросы, к сожалению, не урегулированы. Согласно российскому законодательству, в частности ст.46 Семейного Кодекса Российской Федерации супруг обязан уведомить своего кредитора о заключении, изменении или расторжении брачного договора. Однако нашим законодательством не предусмотрен механизм регистрации брачных договоров, позволяющий заинтересованным лицам знакомиться с его содержанием, что имело бы большое значение для успешного бизнеса (Во Франции, если один из супругов занимается предпринимательской деятельностью, брачный договор, заключенный между ними, подлежит обязательному опубликованию) [4] .

В заключение хотелось бы отметить следующее. Безусловно, брачный договор - институт, который утвердится в нашей жизни. Однако при его заключении необходимо учитывать не только правовой, но и морально - этический аспект, Он состоит в невозможности превращения самого брака лишь в средство заключения брачного договора. Договор не может быть

единственным или доминирующим основанием вступления в брак. Недопустимо, чтобы имущественный интерес в браке взял верх над эмоционально - доверительной стороной брака. Брачный договор существует для брака, а не наоборот. В противном случае это нанесет существенный вред институту брака.

Использованные источники:

1. Семейный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: от 29.12.1995 N 223-ФЗ (ред. от 28.11.2015) - Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
2. Альбиков И.Р. Брачный договор по российскому и зарубежному законодательству: сравнительно - правовой анализ // Нотариус. 2012. N 1. С. 22 - 24.
3. Богданова О.В. О некоторых проблемах регулирования семейных отношений в отечественном праве в свете зарубежного опыта. [Текст]// Вектор науки Тольяттинского госуниверситета № 2(16), 2011,с.191 - 193.
4. Потапова Н.В. Брачный договор: информационное обеспечение интересов кредиторов и иных третьих лиц [Текст] // Российский юридический журнал. 2013. N 5. С. 156 - 159.
5. Французский гражданский кодекс (кодекс Наполеона) 1804 г. [Электронный ресурс]: http://pnu.edu.ru

Финогенова А.А.
студент 5 курса
факультет «Менеджмента»
Тульский институт экономики и информатики
Россия, г. Тула

ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННЫХ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ

В статье рассмотрена деятельность многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг (МФЦ)России. Описаны основные трудности, с которыми сталкиваются заявители в процессе получения услуг по средствам МФЦ, а так же проблематика оказывающая негативное влияние на уровень удовлетворенности граждан системой предоставления услуг.

Качестов и доступность предоставления государственных и муниципальных услуг формируют такой показатель как уровень удовлетворенности граждан, который напрямую влияет на уровень доверия правительству. Административная реформа 2007 года была направлена на количественные и качественные перобразования в сфере предоставления услуг населению. Одним из результатов реализации Административной реформы было решение о создании МФЦ, которое помогло значительно повысить уровень удовлетворенности граждан качеством оказания

государственных и муниципальных услуг.

Деятельность МФЦ регламентируется Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2010 г. N 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» и направлена на оптимизацию процесса предоставления государственных и муниципальных услуг населению по средствам внедрения принципа «одного окна». Уровень удовлетворенности граждан деятельностью МФЦ достаточно велик. Однако существует ряд проблем, с которыми необходимо работать сегодня для соблюдения требований повышения уровня удовлетворенности до 90% граждан услугами, предоставляемыми отделениями МФЦ к 2018 году.43

Во-первых, слабо проработанная нормативно правовая основа государственных и муниципальных услуг, что приводит к увеличению сроков оказания услуг, привлечению заявителей к сбору справок, выписок и т.д. Данная систуация возникает вследствие недоработанного административного регламента на предоставление той или иной государственной и муниципальной услуги либо его отсутствия вовсе. Это приводит к необоснованным требованиям сбора ряда документов для предоставления услуги, так как в случае отсутствия Административного регламента, комплект документов, зачастую, определяется самимим МФЦ.

Во-вторых, система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), направленая на исключение заявителя государственных и муниципальных услуг из цепи передачи документов между ведомствами органов исполнительной власти. На текущий момент МФЦ пользуются почтой России или курьерской службой для перемещения документов межведомственно, что приводит к дополнительным затратам и, соответственно, увеличению стоимости услуги; а так же увеличению срока предоставления услуги, что приводит к появлению некой неудовлетворенности среди граждан.

В-третьих, до сих пор в некотрых регионах страны при наступлении так называемой «жизненной ситуации» (рождение ребенка, смерть близкого, изменение фамилии, открытие «своего дела» и т.д.) необходимо оформлять ряд мелких услуг, входящих в состав так называемой комплексной услуги, а следовательно обращаться неоднократно и дополнительно подготавливать несколько копий документов для предоставления услуг. На данный момент ведется работа по внедрению комплексных услуг в нескольких регоинах России. Неоходимо перенимать лучший опыт региональных МФЦ для создания одного идеального стандарта предоставления услуг.

Использованные источники:

1. Распоряжение правительства РФ от 25.10.2005 № 1789-р (ред. от 10.03.2009) «О концепции административной реформы в Российской Федерации в 2006-2010 годах».

[43] П.1 пп. «а» Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления»

2. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2010 г. N 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»
3. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления»

Ханнанова Т.Р., к.юр.н.
профессор, зав. кафедрой «Государственного и муниципального управления и права»
Башкирский государственный аграрный университет
Ахметзянов К.В.
студент 4 курса
факультет «Информационных технологий и управления»
Россия, г. Уфа

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМИРОВАНИЯ ЖИТЕЛЕЙ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ

В статье рассматриваются основные проблемы информирования жителей о деятельности местных органов власти и пути их решения.

Ключевые слова: местные органы власти, информирование, обратная связь, население

The paper addresses the major challenges of informing citizens about the activities of local authorities and their solutions.

Keywords: local authorities, information, feedback, population

На данный момент проблема обеспечения информирования жителей о деятельности местных органов власти является весьма актуальной, так как Обеспечение информационной открытости органов власти – важное условие формирования демократической модели политической культуры России, один из базовых принципов создания правового государства. При этом право на доступ к информации принадлежит гражданам страны, а обязанность обеспечения доступа – государственным органам. В странах с развитыми демократическими традициями принцип свободного доступа к информации о деятельности органов власти эффективно работает уже не один век. Так, в Швеции Акт о свободе печати, содержащий специальную главу «Открытость общественных документов», появился еще в 1776 году. К сожалению, в России данный принцип работает еще не в полной мере, чем и объясняется актуальность данной работы.

Цель исследования данной проблемы заключается в выработке направлений совершенствования информирования населения о деятельности местных органов власти.

Объектом исследования являются местные органы власти.

Улучшение взаимодействия органов власти с населением предполагает стабильное функционирование системы информирования. Как показал

анализ деятельности префектур и администраций районов, территориальные органы исполнительной власти не всегда осуществляют правильный выбор приоритетов в организации информационной работы, зачастую в ней отсутствует продуманная, обоснованная стратегия, не четко обозначены цели, задачи, средства и пути ее реализации. Разъяснительная работа среди населения нередко проводится без учета данных "обратной связи". Префекты недостаточно уделяют внимания вопросам организации этой работы на районном уровне. Несмотря на возросший объем задач, стоящих перед структурными подразделениями территориальных органов исполнительной власти, занимающимися вопросами информирования населения, их укомплектованность осталась прежней.

Проведя анализ над деятельностью местных территориальных органов г. Уфы можно выделить несколько проблем:

- нет системы в доведении информации по наиболее важным и актуальным для населения вопросам.

- администрации городских округов недостаточно информируют горожан о своей работе, не направляют в территориальные органы исполнительной власти информацию, разъясняющую цели принятия того или иного распорядительного документа.

- в городском бюджете не предусмотрена статья расходов префектур и администраций районов на организацию работы по информированию населения.

В целом следует отметить, что предпринимаемые меры по созданию системы информирования не дают должного результата. Решение этих задач не стало важным делом в работе префектов и администраций районов, в результате чего население слабо представляет и соответственно не всегда правильно понимает политику Правительства по отдельным направлениям его деятельности.

Для решения данных проблем предлагается:

- поднять уровень районных и городских газет, сделав их для населения столь же значимыми, как и федеральная пресса.

- создание доступной электронной базы данных событий, принятых решений и их результатов деятельности органов местной власти, их оценка жителями. Также, возможно по средствам сети интернет, следует обеспечить полную прозрачность деятельности органов местной власти.

- требуется наладить постоянное информирование глав районных управ, для того чтобы повысить их осведомленность и желание активно информировать жителей о своей деятельности.

В заключении хотелось бы отметить, что главным шагом на пути реализации программы повышения информированности населения города, будет в первую очередь изменение отношения самой власти к проблеме необходимости информирования местного сообщества о своих действиях и планах. А также понимания и представления о современных методах управления и требований времени.

Использованные источники:
1. Об общих принципах организации местного самоуправления [Электронный ресурс]: федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ (ред. от 21.07.2014) // СПС «Консультант Плюс». Версия Проф.
2. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления [Электронный ресурс]: федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ (ред. от 04.11.2014) // СПС «Консультант Плюс». Версия Проф.
3. Червяковский А.В. Проблемы законодательного обеспечения доступа к информации о деятельности органов государственной власти / А.В Черняковский – Информационное право 2011, - 6-9 с.

Ходжаев А.О.
студент магистратуры ИДО
Тюменский государственный университет
Магистерская программа
"Гражданское право, семейное право,
международное частное право»
Россия, г. Тюмень

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОРЯДКА СОСТАВЛЕНИЯ ПРОЕКТА МЕСТНОГО БЮДЖЕТА: ПРАВОВЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются отношения, связанные с составлением проектов бюджетов, рассматривается порядок составления проектов местных бюджетов, документы, необходимые для составления проекта бюджета, их содержание и особенности правового регулирования, исследуются вопросы совершенствования организации составления проекта бюджета, в том числе регионального и местного.

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of relations connected with the drafting of budgets. The author considers the procedure of drafting local budgets, documents, necessary for the compilation of the draft budget, the content and peculiarities of legal regulation, but also explores the issues of improving the organization of drafting the budget, including regional and local.

Ключевые слова: бюджет, Бюджетный кодекс Российской Федерации, бюджетный процесс в муниципальных образованиях, бюджетное послание Президента Российской Федерации, муниципальная целевая программа, основные положения бюджетной и налоговой политики, прогноз социально-экономического развития, решение о бюджете, составление проекта бюджета.

Key words: budget, the Budget code of the Russian Federation, the budget process in the municipalities, Budget message of the President of the Russian Federation, the municipal special program, the major provisions of the budget and

tax policy, the forecast of socio-economic development, the decision on the budget, drawing up of the draft budget.

Обеспечение жизнедеятельности населения муниципального образования находится в непосредственной зависимости от нормального функционирования местного бюджета. Указанный вопрос, а также владение, пользование и распоряжение муниципальной собственностью, установление местных налогов и сборов относятся к полномочиям органов местного самоуправления финансово-экономической направленности [1, с. 289].

Прежде всего, в соответствии с БК РФ представительный орган муниципального образования в соответствии с имеющимся положением о бюджетном процессе вправе самостоятельно устанавливать период, на который составляется и утверждается местный бюджет: на очередной финансовый год или очередной финансовый год и плановый период [2].

Составление проектов бюджетов - начальная стадия бюджетного процесса, в рамках которой разрабатываются основные бюджетные показатели. Правовые основы названной стадии бюджетного процесса содержатся в гл. 20 БК РФ. Считаю необходимым внести уточнение законодательных определений основополагающих элементов местного бюджета, а также применения их при составлении местного бюджета.

Так, согласно п. 1 ст. 169 БК РФ проект бюджета составляется на основе прогноза социально-экономического развития в целях финансового обеспечения расходных обязательств. Представляется, что финансовое обеспечение расходных обязательств не следует выделять как цель одной конкретной стадии, в связи с тем, что бюджетный процесс в целом направлен на достижение указанной цели.

Относительно документов, на основании которых осуществляется составление проекта бюджета, следует отметить, что в названной статье упоминается только прогноз социально-экономического развития. Вместе с тем, обращаясь к п. 2 ст. 172 БК РФ, можно сделать вывод, что к таким документам также относятся бюджетное послание Президента РФ, основные положения бюджетной и налоговой политики, а также государственные (муниципальные) программы, что свидетельствует о противоречивости указанных норм. Таким образом, указание на прогноз социально-экономического развития в ст. 169 БК РФ представляется излишним.

В соответствии с п. 5 ст. 9 Закона Мурманской области "О бюджетном процессе в Мурманской области" проект областного бюджета составляется на основе бюджетного послания Президента Российской Федерации, прогноза социально-экономического развития Мурманской области, основных направлений бюджетной и налоговой политики Мурманской области, государственных программ Мурманской области в целях финансового обеспечения расходных обязательств Мурманской области [5].

Вместе с тем в некоторых субъектах РФ законодатель расширяет список документов, на основе которых составляется проект закона о

бюджете, включая в него также бюджетное послание высшего должностного лица субъекта РФ законодательному органу государственной власти субъекта РФ, что, на наш взгляд, является вполне оправданным. Вопрос о необходимости внесения в БК РФ дополнения об обязательном ежегодном бюджетном послании высшего должностного лица субъекта РФ законодательному органу государственной власти субъекта РФ поднимался в научной литературе. Так, А.Н. Романько считает, что это "повысит качество региональных законов о бюджете, не только будет способствовать повышению финансовой грамотности населения в сфере бюджетного процесса, но и послужит гарантией открытости и прозрачности бюджетного процесса" [9, с. 100]. Такая положительная практика уже существует в Пермском крае, Волгоградской, Ульяновской и других областях [6].

Среди документов, на основе которых осуществляется составление проекта местного бюджета, одно из ведущих мест занимает прогноз социально-экономического развития, способствующий полноте и своевременности финансирования получателей бюджетных средств. Общие требования к указанному документу закреплены в ст. 173 БК РФ.

Вместе с тем, проводя анализ массива региональных и муниципальных правовых актов, следует отметить, что в них закреплены различные определения понятия прогноза социально-экономического развития области (далее - прогноз). Так, в Законе Чеченской Республики "О прогнозировании и планировании социально-экономического развития Чеченской Республики" [7] прогноз социально-экономического развития определяется как система взаимосвязанных показателей, характеризующих возможные тенденции и сценарии социально-экономического развития Чеченской Республики на определенный период. В большинстве нормативных правовых актов субъектов РФ прогноз представляет собой сбалансированную систему ожидаемых в перспективе основных показателей экономического и социального развития области для получения органами государственной власти области информации, используемой при выработке управленческих решений. К недостаткам представленных определений, на наш взгляд, можно отнести отсутствие в них указания на то, что прогноз используется в документах, на основе которых осуществляется составление проекта бюджета.

Таким образом, с целью унификации подходов к определению прогноза социально-экономического развития представляется необходимым закрепление его определения в ст. 6 БК РФ.

К документам, на основе которых осуществляется составление проекта бюджета, относятся также основные направления бюджетной и налоговой политики, которые определяются в бюджетном послании Президента РФ (ст. 170 БК РФ). Думается, что основные направления бюджетной и налоговой политики должны служить ориентиром, в том числе для финансовых органов муниципальных образований при составлении ими проектов местных бюджетов.

Положительным моментом является тот факт, что в ряде субъектов РФ приняты нормативно-правовые акты, закрепляющие основные направления бюджетной и налоговой политики на очередной финансовый год и плановый период. Вместе с тем отражение в региональном законодательстве и муниципальных правовых актах содержания пунктов послания Президента РФ не должно носить лишь декларативный характер [4]. Принимаемые муниципальные правовые акты должны содержать конкретные предложения или мероприятия, направленные на реализацию соответствующей задачи, поставленной Президентом РФ в своем послании, с указанием сроков их исполнения и ответственного органа. Однако подобные документы приняты лишь в ряде муниципальных образований. Принимая во внимание отсутствие в большинстве муниципальных образований названных документов, представляется необходимым закрепить на федеральном уровне обязательность их принятия исполнительным органом муниципального образования.

К документам, на основе которых осуществляется составление проекта местного бюджета, относится также среднесрочный финансовый план муниципального образования (далее - план). Однако в соответствии с п. 4 ст. 169 БК РФ он разрабатывается местной администрацией муниципального образования в случае, если проект местного бюджета составляется и утверждается на очередной финансовый год. Вместе с тем в ряде муниципальных образований одновременно составляются и утверждаются проект бюджета на очередной финансовый год и плановый период и среднесрочный финансовый план, несмотря на то что в данном случае составление подобного документа не требуется.

Бюджетный кодекс РФ (ст. 174) под среднесрочным финансовым планом муниципального образования понимает ежегодно разрабатываемый документ, содержащий основные параметры местного бюджета. Форма плана, а также порядок его разработки и утверждения устанавливаются местной администрацией.

В этой связи следует отметить положительную практику, выразившуюся в разработке на региональном уровне методических рекомендаций по формированию среднесрочного финансового плана муниципальными образованиями [3]. Целью таких рекомендаций является унификация подходов к его разработке во избежание разночтений, неоднозначного понимания терминов и понятий. Однако такие рекомендации приняты далеко не во всех регионах. Более того, в нарушение бюджетного законодательства в ряде муниципальных образований отсутствует не только документ, определяющий порядок разработки среднесрочного финансового плана муниципального образования, но и сам план, при том что проект бюджета разрабатывается на очередной финансовый год.

В процессе составления проекта местного бюджета должен быть сформирован перечень муниципальных целевых программ, подлежащих

финансированию из средств местного бюджета в очередном финансовом году. Ранее утвержденные муниципальные программы подлежат приведению в соответствие с решением о бюджете не позднее двух месяцев со дня вступления его в силу.

В соответствии со ст. 179 БК РФ порядок принятия решений о разработке муниципальных программ, сроки их реализации и утверждения определяются местной администрацией муниципального образования. Вместе с тем во многих муниципальных образованиях документы, регламентирующие порядок разработки и утверждения муниципальных целевых программ, отсутствуют, в то время как сами программы в нарушение норм БК РФ разработаны и действуют.

В отсутствие законодательного закрепления определения целевой программы на федеральном уровне представительные органы местного самоуправления по-разному трактуют указанную категорию. Так, в соответствии с Постановлением администрации города Омска от 2 августа 2013 г. N 864-п "Об установлении Порядка принятия решений о разработке муниципальных программ города Омска, их формирования и реализации, порядка проведения оценки эффективности реализации муниципальных программ города Омска" муниципальная программа города Омска - система мероприятий, взаимоувязанных по задачам, срокам реализации, содержанию, финансовому обеспечению и исполнителям, обеспечивающая достижение цели в соответствующей сфере социально-экономического развития города Омска на долгосрочный период [8]. По смыслу ч. 3 п. 7 вышеуказанного Постановления под долгосрочным периодом понимается срок свыше 5 лет.

Представляется необходимым в обязательном порядке регламентировать сроки реализации целевых программ, порядок их формирования и утверждения, а также закрепить в ст. 6 БК РФ определение целевой программы.

Подводя итоги, следует отметить, что зачастую при разработке соответствующих правовых актов, регулирующих составление проекта местного бюджета, представительные органы муниципальных образований слепо дублируют положения статей Бюджетного кодекса РФ, касающиеся организации бюджетного процесса, не заботясь об их конкретизации и адаптации к особенностям местного устройства, что является серьезным недостатком.

Учитывая изложенное, составление проекта местного бюджета должно осуществляться исходя из специфики разработки бюджетных показателей с учетом целого комплекса факторов социально-экономического и политического характера.

Изучение стадии составления проекта бюджета на основе сравнительного анализа федерального, регионального и местного законодательства позволяет сделать вывод о необходимости детальной регламентации и дальнейшего совершенствования норм, закрепляющих

основы и порядок составления проекта бюджета как на федеральном, так и на муниципальном уровнях.

Использованные источники:

1. Анненкова В.Г. Конституционное право России: курс лекций / В.Г. Анненкова, Т.В. Заметина. Энгельс, 2013. - С. 289-232.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ: по сост. на 30 сентября 2015 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. 1998. № 31. Ст. 3823.
3. Методические рекомендации Комитета администрации Алтайского края по финансам, налогам и кредитной политике [Электронный ресурс] // Комитет администрации Алтайского края [сайт]. - URL: http://www.fin22.ru/regul/metodica/metodica_253.html (дата обращения: 22.11.2015).
4. О бюджетной политике в 2013 - 2015 годах: Постановление администрации г. Суджи Курской области от 11 сентября 2012 г. N 160 // Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 25.11.2015).
5. О бюджетном процессе в Мурманской области: Закон Мурманской обл. от 11 дек. 2007 г. N 919-01-ЗМО: по сост. на 03 июня 2015 г. // Мурманск. вестн. - 2007. - N 238. - С. 4 - 6.
6. О бюджетном процессе в Пермском крае: закон Пермского края от 12 окт. 2007 г. N 111-ПК: по сост. на 03 июля 2015 г. // Собрание законодательства Пермского края. - 2007. - N 11.
7. О прогнозировании и планировании социально-экономического развития Чеченской Республики: Закон Чеченской Республики от 26 июля 2011 г. N 26-РЗ: по сост. на 20 ноября 2013 г. // Документ опубликован не был. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 25.11.2015).
8. Об установлении Порядка принятия решений о разработке муниципальных программ города Омска, их формирования и реализации, Порядка проведения оценки эффективности реализации муниципальных программ города Омска: Постановление Администрации города Омска от 02 августа 2013 N 864-п: по сост. на 10 ноября 2015 г. // Третья столица. - 2013. - N 40.
9. Романько А.Н. Правовое регулирование бюджетного процесса в субъектах Российской Федерации: Дис. канд. юрид. наук / А.Н. Романько. - Саратов, 2011. – 183 с.
10. Силантьева И.А. Стадии составления проекта местного бюджета: особенности правового регулирования / И.А. Силантьева // Ленинградский юридический журнал. — 2014. — № 3. — С. 158-167.

Шуляк С.О.
студент
Защитина Е.К.
ассистент
кафедра экономики предприятия
ИУЭС ЮФУ
Россия, г. Таганрог

ОБНАЛИЧИВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, ДОБЫТЫХ НЕЗАКОННЫМ ПУТЕМ, КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Проблемы обеспечения национальной экономической безопасности в настоящее приобретают все большую актуальность. Состояние мировой экономики заставляет задуматься о формировании новой концепции мировой и государственной структуры безопасности.

Экономическая безопасность является одним из основных составных элементов национальной безопасности, ее значение в современных условиях с каждым днем усиливается под влиянием глобализации и интеграции в мировой экономике. Национальная экономическая безопасность представляет собой режим функционирования экономики государства, позволяющий поддерживать благоприятные условия для жизнедеятельности населения страны – качество и уровень жизни и обеспечение экономическими ресурсами в объеме, который является необходимым для обеспечения устойчивого темпа экономического роста.

В Российской Федерации все большую актуальность приобретает проблема незаконного обналичивания денежных средств или, как принято говорить в народе, "отмывания грязных денег". Порождаемые правовые и социально-экономические последствия отражаются как на российской экономике, так и на уровне правопорядка в обществе в целом. Как правило, термин "обналичивание" является сопутствующим при описании действий участников экономических отношений, связанных с легализацией денежных средств. Смысл, вкладываемый в данный термин, чаще всего, сводится к переводу безналичных денежных средств, находящихся на расчетном счете в наличную форму, в некоторых случаях это относится также к операциям с ценными бумагами. Таким образом, сам термин «обналичивание» не подразумевает ничего противозаконного. Так в чем же могут заключаться противозаконные действия?

В целом незаконное обналичивание денежных средств можно обозначить как вид незаконной экономической деятельности и негативное социальное явление; а также действия, совершаемые хозяйствующими субъектами (юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями) с целью уклонения от уплаты налогов и получения наличных денежных средств, не отражённых в официальных бухгалтерских документах хозяйствующего субъекта [1]. Следовательно, обналичивание подразумевает «получение организацией наличных денег, дальнейшее

распоряжение которыми не могут проследить контролирующие органы. Полученный в результате этого процесса «черный нал» позволяет организациям рассчитываться по хозяйственным операциям и выплачивать зарплату, одновременно уклоняясь от уплаты налогов, реальные руководители организаций могут использовать его для личного обогащения, дачи взяток, коммерческих подкупов, финансирование преступных и террористических группировок.

Незаконное обналичивание денежных средств, по мнению ряда экспертов, также является причиной коррупции. М. Г. Муссов в качестве экономической основы коррупции определяет «денежные средства, выведенные из легальной экономики путем совершения банковских операций по их обналичиванию» [2].

В сложившейся ситуации в России цена наличных денег оказывается выше безналичных, в первую очередь, по причине отсутствия всевозможных правовых ограничений и контроля со стороны государства. Основным признаком действий по обналичиванию денежных средств, классифицирующим их, как незаконные, является подготовка и составление фиктивных бухгалтерских и иных документов. Незаконность такого деяния очевидна, и в общественном сознании "фальсификация документов" - куда более тяжкое правонарушение, чем, например, уклонение от уплаты налогов в полном объеме в государственный бюджет. Соответственно, для заинтересованного лица цели этих действий по значимости должны превосходить негативные последствия нарушения закона.

Рассмотрим основные причины обналичивания:

1. Конкуренция на рынке труда вынуждает повышать зарплату работодателям, что ведет к увеличению налоговых платежей. Как следствие, большая часть заработной платы выплачивается в "конвертах".

2. Возможность свободного и неограниченного распоряжения денежными средствами

3. Формирование и восполнение нелегальных условий осуществления предпринимательской деятельности: подкупы правоохранительных органов, "откаты", взятки курирующим данную сферу бизнеса чиновникам, оказание помощи нелегальным структурам.

4. Использование неучтенных денежных средств на личные нужды при сокрытии истинных размеров получаемых доходов. Например, с целью уклонения от списания денежных средств по долговым обязательствам на стадии исполнительного производства.

5. Создание материальной базы и пополнение средств в обороте "рафинированной" криминальной экономики, включающей перепродажу наркотиков, оружия, трансплантацию органов человека и так далее.

Масштабы этих явлений в Российской Федерации трудно недооценить. Уже сейчас можно говорить о незаконном обналичивании денежных средств как о целом институте и одной из составляющих теневой экономики. Денежные средства, получаемые в результате использования «обналички»,

порождают и другие преступления — кражи, грабежи, мошенничество, вымогательство, торговля запрещенными товарами. Например, по материалам ГУ МВД России по Уральскому федеральному округу, сотрудники данного ведомства совместно со специалистами Росфинмониторинга вскрыли «кризисную» преступную схему: фирма, обещающая обналичить деньги, просто их похищала [3].

Таким образом, развитие и серьезные негативные последствия незаконного обналичивания денежных средств обуславливают насущную необходимость нормативного определения понятия действий, направленных на нелегальную «обналичку», исследования экономической и правовой природы данного явления, а также нахождения способов борьбы с ним.

Использованные источники:

1. Обналичка // Словарь банковских терминов. [Электронный ресурс]. — URL: http://www.banki.ru/wikibank/obnalichka/.
2. Муссов М. Г. Криминалистический анализ сомнительных банковских операций как метод противодействия коррупции» // Труды управления Академии МВД России. — 2010 г. — № 14 [Электронный ресурс]. — URL: http://journal.amvd.ru/
3. Экономические преступления. — 18 фев. — 2009 г. [Электронный ресурс]. — URL: http://www.ecrime.ru/novosti/.

Ямщикова С.Л.
старший преподаватель
кафедра конституционного и муниципального права
Стерлитамакский филиал
Башкирский Государственный Университет
Россия, г. Стерлитамак

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ СТРУКТУР В СИСТЕМЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

В статье рассматриваются особенности деятельности такого института в системе местного самоуправления как общественные структуры, возможность их формирования на местном уровне, правовая база деятельности данных структур.

Ключевые слова: местное самоуправление, общественные структуры, молодежный совет, общественная палата.

LEGAL REGULATION AND FEATURES OF THE SOCIAL STRUCTURES IN THE SYSTEM OF LOCAL SELF-GOVERNMENT

In the article features of activity of this Institute in the system of local self-government as a social structure, the possibility of their formation at the local level, the legal basis of the activity data structures.

Key words: local government, public organizations, youth Council, public chamber

Правовое регулирование деятельности общественных структур в

системе местного самоуправления осуществляется посредством действующих норм права, закрепленных в нормативно-правовых актах, принятых на разных уровнях в Российской Федерации. Такие акты принимаются на федеральном, региональном и местном уровнях. Посредством правового регулирования упорядочивается деятельность общественных структур на местном уровне в системе местного самоуправления и устанавливаются формы их деятельности

Для решения вопросов местного значения в системе местного самоуправления формируются и действуют органы местного самоуправления, осуществляется власть населения непосредственно, также на сегодняшний день создана правовая база для образования и деятельности общественных структур в системе местного самоуправления. Общественные структуры создаются в целях решения наиболее важных для жителей муниципальных образований вопросов экономического и социального развития, реализации демократических принципов развития гражданского общества учета интересов и нужд граждан, проживающих в муниципальных образованиях, защиты их прав и свобод, своевременного и точного информирования населения о деятельности органов местного самоуправления и должностных лиц, а также в целях осуществления общественного контроля на местном уровне.

Возможность создания и деятельности общественных структур закрепляется в Федеральном законе от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [4]. Следует отметить, что федеральный закон не определяет конкретные формы таких структур, а только лишь обозначает данную возможность наличия их в системе местного самоуправления. Статья 33 гласит, что наряду с предусмотренными формами непосредственного осуществления населением местного самоуправления и участия населения в осуществлении местного самоуправления граждане вправе участвовать в осуществлении местного самоуправления в иных формах, не противоречащих законодательству. Таким образом, законодатель закрепляет возможность создания и развития общественных структур в системе местного самоуправления.

В муниципальных образованиях субъектов Российской Федерации ведется активная работа по созданию общественных структур в системе местного самоуправления. На основе действующих норм создаются общественные советы, общественные палаты, молодежные советы и другие формы. Одним из направлений деятельности таких структур на местном уровне является работа по информированию населения, а именно, работа с обращениями граждан, прием граждан и разъяснение ситуаций по самым разным вопросам. В Российской Федерации активно работает движение молодежного парламентаризма, которые образуются на разных уровнях, в том числе и на местном. В России сегодня действуют, согласно статистики официального портала «Молодежное парламентское движение», 1002

молодежных совета, созданных при представительном органе в муниципальных образованиях [2].

На примере муниципальных образований Республики Башкортостан можно проследить, что работа по формированию общественных структур в системе местного самоуправления была начата совсем недавно, но на сегодняшний день такие структуры активно функционируют и являются достаточно деятельными. В муниципальных образованиях Республики Башкортостан действуют молодежные советы, общественные палаты, различные комиссии. Так, например, в городском округе город Стерлитамак действует Молодежный Совет при Совете городского округа г. Стерлитамак. Он был создан в 2009 году при Совете ГО г. Стерлитамак, с целью привлечения молодых граждан к реализации молодежной политики, оказания содействия в области правового регулирования прав и законных интересов молодежи в г. Стерлитамак. 8 апреля 2013 года состоялось первое заседание действующего на сегодняшний день Молодежного совета третьего созыва. Состав Молодежного совета формируется следующим образом: 3 кандидата, представленные главой администрации, 3 кандидата, предложенные Советом городского округа город Стерлитамак, и 7 человек, отобранные организационным комитетом по результатам конкурса. Еще один Молодежный Совет работает в муниципальном районе Стерлитамакский район. Он действует при Совете муниципального района, в него входят 8 человек. Молодежные Советы в Республике Башкортостан сформированы и в других муниципальных образованиях: в муниципальном районе Мелеузовский район, городском округе г. Салават, городском округе г. Уфа, муниципальном районе Аургазинский район, муниципальном районе Стерлитамакский район, муниципальном районе Ишимбайский район и других. На сегодняшний день их количество в Республике Башкортостан, по данным сайта Молодежное парламентское движение России, - 62, они созданы в городских округах и муниципальных районах [2].

На местном уровне активно создаются и функционируют общественные палаты. В Республике Башкортостан данный институт была создан в городском округе г. Сибай, в котором было 15 человек. Палата была создана и работала на основе принятого в 2009 году Решения «Об утверждении Положения о Совете Общественной палаты городского округа город Сибай Республики Башкортостан». В 2013 году была создана Общественная палата в городском округе г. Стерлитамак. Она была сформирована на основе принятого 31 января 2013 года Постановления Главы администрации «О создании общественной палаты». Общественные палаты действуют и в других муниципальных образованиях республики.

Как мы уже отмечали выше, целью деятельности общественных структур является, в том числе, осуществление общественного контроля на местном уровне. Тема общественного контроля сегодня достаточно актуальна и звучит на самых разных уровнях, а вопрос ответственности за свой город, район является злободневным и важным. Эти и другие

предпосылки послужили основополагающими для принятия Федерального закона «Об основах общественного контроля в Российской Федерации», где в соответствии со статьей 9, одним из субъектов общественного контроля на местном уровне является общественная палата (совет), формируемая в муниципальных образованиях [5].

Таким образом, правовое регулирование деятельности общественных структур в системе местного самоуправления актами федерального, регионального и местного значения. Вследствие действия соответствующих норм, работа общественных структур в системе местного самоуправления в итоге должна привести к выстраиванию горизонтальных связей в обществе и его укреплению, с учетом интересов разных сторон, а конструктивная работа с органами местного самоуправления должна основываться на совместном стремлении сделать муниципальное образование достаточно эффективно решающим вопросы местного значения.

Использованные источники:

1. Воронин А.Г., Лапин В.А., Широков А.Н. Основы управления муниципальным хозяйством [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://vasilievaa.narod.ru/mu/stat_rab/books/Osn_UMH/Osn_UMH3.htm
2. Официальный сайт Молодежного парламентского движения России / Режим доступа URL: http://www.newparlament.ru/workspaces/stat/85
3. Официальный сайт Молодежного Совета г. Стерлитамак / Режим доступа URL: http://sovet.sterlitamakadm.ru/youth_council/
4. Федеральный закон от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» / Собрание законодательства РФ, 06.10.2003, N 40, ст. 3822.
5. Федеральный закон от 21.07.2014 №212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» / Российская газета от 23.07.2014 №6435.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Антонович Ю.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
Коваленко Р.К.
студент 4 й курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

АНАЛИЗ МЕТОДОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ (ОАО «СБЕРБАНК»)

Аннотация: *в статье рассматривается метод стимулирования специалистов и работников ОАО «СБЕРБАНК», отражено реальное состояние системы материального стимулирования в финансовой организации. Главное внимание в банке уделяется системе стимулирования персонала, которая в первую очередь опирается на материальные способы стимулирования работников.*

Ключевые слова: *персонал, методы, система мотивации, материальные стимулы, заработная плата, премия.*

Основной упор в системе стимулирования персонала сделан на материальные методы стимулирования.

ОАО “СБЕРБАНК” ведет политику гарантированной стабильности оплаты труда: обеспечивает гарантированный законом минимальный размер оплаты труда, о введении новых и изменении установленных условий оплаты труда работники извещаются не позднее, чем за 1 месяц.

Банк использует оплату труда как одно из главных средств стимулирования качественной работы и квалифицированного обслуживания юридических и физических лиц.

Материальная система мотивации складывается из двух частей: окладной и премиальной.

Оклад в банке составляет от 15000 рублей штатным сотрудникам низшего звена. Премиальная часть рассчитывается отдельно по каждому сотруднику.

ЗП = Оклад +Премия

К должностным окладам работников организации установлены следующие доплаты: за выслугу лет и доплата за совмещение должностей, расширение зоны обслуживания, увеличение объема выполняемых работ.

Премирование работников осуществляется каждый месяц и начисляется вместе с заработной платой и имеет своей целью поощрение за качественное и своевременное выполнение трудовых обязанностей. Показателями для премирования являются выполнение установленных

месячных планов по продаже различных услуг клиентам (ипотека, вклады, потребительское кредитование и т.д.).

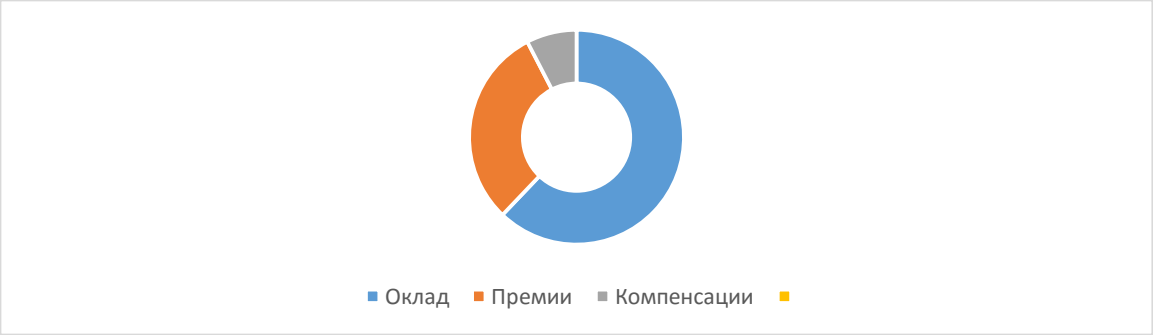
Так же, для некоторых особенно усердных работников предусмотрена дополнительная ежеквартальная премия за перевыполнение поставленного плана перед сотрудником.

Размер премии составляет: для штатных сотрудников всех отделений – до 50% от оклада, для сотрудников среднего звена – 50 - 60% оклада, для руководителей высшего звена управления - до 100% оклада.

Сотрудники могут быть полностью или частично лишены премии по следующим причинам: 1. неисполнение или ненадлежащего исполнения обязанностей; 2. причинение материального ущерба отделению, в котором он работает; 3. нарушение дисциплины; 4. нарушение правил безопасности и охраны труда, а также правил противопожарной безопасности; 5. использование полученных данных клиентской базы в личных целях; 6. прогулы без явных на то причин; 7. присутствия на рабочем месте в состоянии алкогольного-наркотического опьянения; 8. совершения хищения.

Полное или частичное лишение премии производится за тот период, в котором было совершено упущение по работе. Рассмотрение о лишении премии рассматривается вышестоящим руководством банка или отделения.

Состав прямого материального стимулирования ОАО “СБЕРБАНК” представлен на (Рис. 1).



“Рисунок 1. Состав прямого материального стимулирования”

Система косвенного материального стимулирования включает в себя такие пункты как льготы по ТК РФ, предоставление расширенного социального пакета, предоставление оплаты профсоюзом банка абонементов в фитнес клубы, также дополнительно медицинское страхование (ДМС), медицинские осмотры, материальная помощь сотруднику и его семье.

Обучение и переобучение сотрудников также производится за счет банка. (повышение квалификации и др.).

Анализ материальной системы стимулирования показывает, что на данный момент её управляемость и стабильность достаточно высокие.

Для изучения мотивации проведены анкетирование работников и устный опрос. В анкетировании приняли участие 30 сотрудников банка, из них 6 руководителей и 24 штатных работника, что составляет 82 % от общего количества сотрудников.

Полученные данные на отражены в таблице 1, показано отношение

сотрудников к работе.

Таблица 1. - Отношение сотрудников к своим служебным обязанностям44.

Возраст	Личное время для меня важнее работы		Личное время и работа важны для меня в равной степени		Работа для меня важнее личного времени	
	Кол-во, чел.	Уд. вес, %	Кол-во, чел.	Уд. вес, %	Кол-во, чел.	Уд.вес, %
25-30	3	30	5	30.5	4	90
30-35	4	40	7	39	1	10
35-40	1	10	5	30.5	0	0
Итог	8	100	17	100	5	100

Из таблицы 1 видно, что для большей части сотрудников банка работа и личная жизнь равнозначны. Однако значительная часть сотрудников считает, что личное время важнее работы. Так отметили 8 человек. Для 5 сотрудников работа важнее личного времени. В таблице 2 показано удовлетворение от выполняемых сотрудниками обязанностей.

Таблица 2 – Удовлетворение работой45.

Ответы	Руководство		Сотрудники штата	
	Кол-во, чел.	Уд.вес, %	Кол-во, чел.	Уд.вес, %
Да	3	50	15	62,5
Нет	1	20	4	16,7
Не совсем	2	30	6	20,8
Итог	6	100	24	100

Как видно по таблице 2, руководство удовлетворено своей работой. Двое отметили, что не совсем удовлетворены, один - что удовлетворенности от работы нет. Из сотрудников основного штата 15 человек считают работы приемлемой. 4 не получают от нее удовлетворения, а 6 что работа удовлетворяет их частично. В таблице 3 показаны факторы, не удовлетворяющие сотрудников.

Таблица 3. – Факторы удовлетворенности работой46.

Ответы	Руководство		Сотрудники штата	
	Кол-во, чел.	Уд.вес, %	Кол-во, чел.	Уд.вес, %
Не интересна	0	0	1	4,1
Не соответствует специальности	2	35	12	50
Монотонность работы	0	0	9	37,5
Мало платят	4	65	2	8,4
Итог	6	100	24	100

Как видно из таблицы 3, к списку факторов, которые не устраивают работников, в подавляющем большинстве это несоответствие исполняемых обязанностей специальности так ответило 12 сотрудников и 2 руководителя.

[44] Составлена автором по результатам анкетирования и опроса сотрудников ОАО “СБЕРБАНК”
[45] Составлена автором по результатам анкетирования и опроса сотрудников ОАО “СБЕРБАНК”
[46] Составлена автором по результатам анкетирования и опроса сотрудников ОАО “СБЕРБАНК”

9 сотрудников считают работу монотонной и не много утомляющей. 4 руководителя и 2 сотрудника считают, что выполняемая ими работа не соответствует их заработной плате. А один работник считает работу не совсем интересной.

Таблица 4. - Удовлетворенность персонала размером заработка[47].

Ответы	Руководство		Сотрудники штата	
	Кол-во, чел.	Уд. вес, %	Кол-во, чел.	Уд. вес, %
Да	5	83,4	20	84
Нет	1	16,6	2	8
Иногда	0	0	2	8
Итог	6	100	24	100

Анализируя ответы об удовлетворенности трудом, представленные в таблице 4, следует отметить что большинство удовлетворены и довольны своим заработком 5 руководителей и 20 сотрудников. Не удовлетворен лишь 1 руководитель и двое сотрудников. Также двое периодически удовлетворены им так как варьируется их премиальная часть заработка. Таблица 5 показывает зависимость заработной платы от проделанной работы.

Таблица 5. - Зависимость заработной платы от труда[48].

Ответы	Руководство		Сотрудники штата	
	Кол-во, чел.	Уд. вес, %	Кол-во, чел.	Уд. вес, %
Да	6	100	22	92,4
Нет	0	0	0	0
Премия	0	0	2	7,6
Итог	6	100	24	100

По результатам анализа данной таблицы видно, что мнение всех практически единогласно, считают, что заработная плата напрямую зависит от проделанных работ, считают все руководители и 22 сотрудника. И лишь двое сотрудников считает, что от проделанных работ зависит только премия.

Таблица 6. - Полнота реализации способностей сотрудников[49].

Ответы	Руководство		Сотрудники штата	
	Кол-во, чел.	Уд. вес, %	Кол-во, чел.	Уд. вес, %
Да	1	16,6	13	54
Нет	0	0	4	16,6
Частично	5	83,4	7	29,4
Итог	6	100	24	100

Как видно из данных таблицы, полностью реализуют свои способности лишь половина всех сотрудников компании. Одна треть частично. И лишь четверо не могут реализовать себя.

Подводя итог системы мотивации в компании можно прийти к выводам:

- Для большей части сотрудников компании работа занимает

[47] Составлена автором по результатам анкетирования и опроса сотрудников ОАО “СБЕРБАНК”
[48] Составлена автором по результатам анкетирования и опроса сотрудников ОАО “СБЕРБАНК”
[49] Составлена автором по результатам анкетирования и опроса сотрудников ОАО “СБЕРБАНК”

равнозначное место с личной жизнью, таким образом, вопросы стимулирования трудовой деятельности для персонала являются актуальными.

- Персонал в целом удовлетворен своей работой, однако большинство работников считают, что необходимо улучшать работу в сфере стимулирования.

Использованные источники:

1. Архив номеров общественно-политического еженедельника Ростова-на-Дону и Ростовской области «Город N» за 2012-2015 гг.
2. «Сбербанк России» - Информация о Банке. // sberbank.ru. Проверено 17 декабря 2015.
3. Официальный сайт компании ОАО «Сбербанк России. // Электронный ресурс/ Режим доступа: http://sberbank.com/ru.
4. О банках и банковской деятельности (в редакции Федерального закона от 3 февраля 1996 года N 17-ФЗ) (с изменениями на 14 декабря 2015 года) (редакция, действующая с 1 января 2016 года).

Антонович Ю.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
Хахонин П.Е.
студент 6 й курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ИП ХАХОНИН П.Е. (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСКАЯ СТУДИЯ «ЖКХ»)

Аннотация: *В статье показана структура системы управления ИП Хахонин П.Е. (Творческая студия «ЖКХ»). Анализируются вопросы, связанные с функционированием бизнеса в сфере услуг, организационным построением управленческих структур в этой отрасли. Сформулированы предложения по совершенствованию организационной структуры предприятия.*

Ключевые слова: *Образовательно-досуговые услуги, организационная структура, организационная культура, структура управления, оптимальность, оперативность, надежность.*

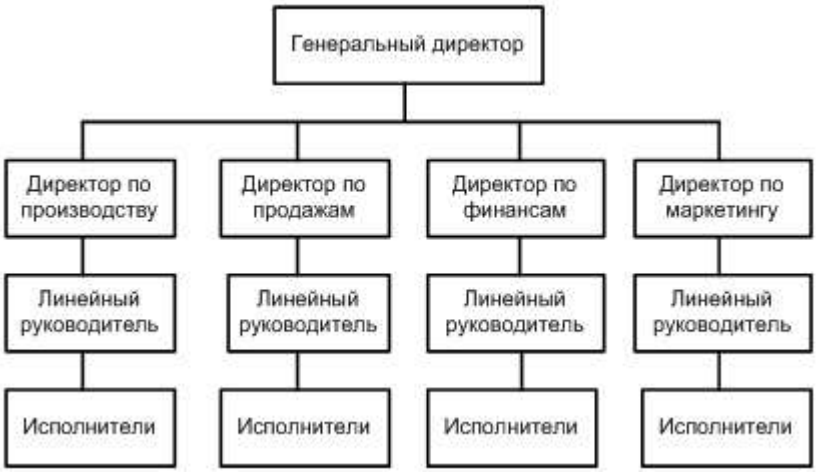
Творческая студия «ЖКХ» работает на рынке услуг только первый год. Деятельность компании делится на два направления: работа с детьми (предоставление образовательно-досуговых услуг) и проведение маркетинговых мероприятий (промо, event, социологические исследования). К миссии этой организации можно отнести проведение качественных

мероприятий. Что означает, сведение к минимуму количества посредников для упрощения контроля качества проекта заказчиком. Так же это положительно сказывается на стоимости услуг, приводя к существенному удешевлению ценника. В качестве цели предприятия стоит отметить наработку постоянной клиентской базы, а также поддержание относительно постоянного штата исполнителей. В данной отрасли наблюдается существенная текучесть кадров, что негативно сказывается на качестве оказываемых услуг. Творческая студия «ЖКХ» планирует исправить эту тенденцию.

В связи с тем, что предприятие начинающее, о крупном масштабе деятельности говорить не приходится, речь идет о г. Ростове-на-Дону и прилегающих к нему городах, входящих в состав области. Что касается имиджа предприятия, тут стоит отметить, что во главе стоит индивидуальный предприниматель, человек, много лет работающий в этой отрасли, имеющий определенные контакты и большинство исполняемых заказов получены от клиентов, приобретенных благодаря личным рекомендациям и опыту успешного сотрудничества. Соответственно, можно сделать вывод, что речь идет о небольшом в чем-то семейном предприятии, которое руководствуется принципом «цена-качество».

Организационную структуру предприятия можно представить общей схемой на рисунке 1.

Рисунок 1. Организационная структура предприятия50



Из приведенной схемы видно, что организационная структура предприятия относится к иерархической. Если обратиться к типологии Генри Минцберга51, замечаем, что четко выделяется стратегическая вершина — руководство организации, осуществляющее, формирование миссии, стратегических целей и стратегии деятельности организации. Из чего можно сделать вывод, что структура является простой – основной частью выступает стратегическая вершина и организация стремится к централизации.

---

[50] Рисунок составлен автором по материалам ИП Хахонин П.Е.

[51] Henry Mintzberg, "Organization Design: Fashion or Fit?" *Harvard Business Review*, January – February 1981, pp. 103-4

На данном предприятии проводится стратегия, которая нередко называют стратегией последующего внедрения и способом реагирования на внешние воздействия. Деятельность компании разделена на два направления и в связи с ситуацией на рынке, одно из них периодически становится приоритетным. Если обратиться к разделению конкурентных стратегий по Майклу Портеру, то данная компания придерживается стратегии лидерства в издержках, что ведет к существенному удешевлению стоимости проектов.

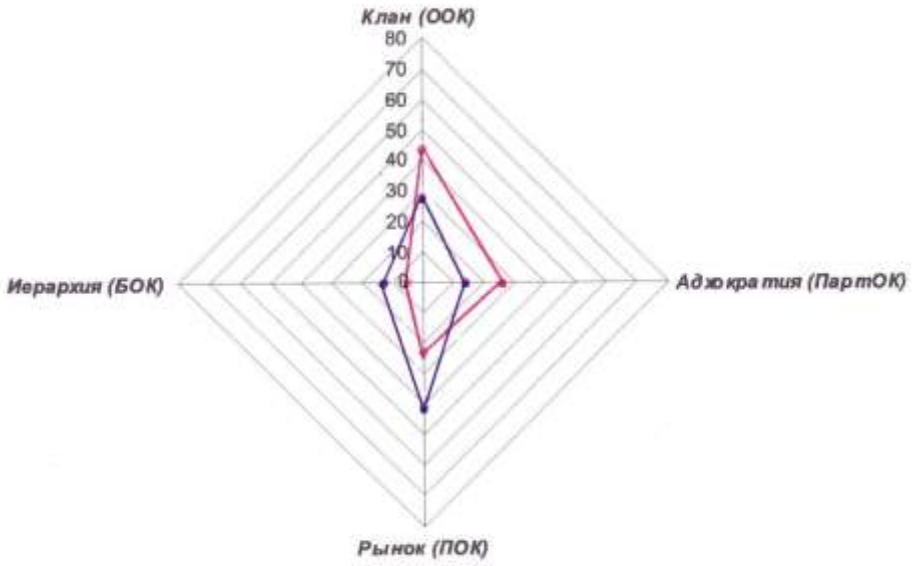
Проведено анкетирование по организационной культуре на основе опросника. Используя средние показатели опроса (таблица 2.), мы получаем график реальной и желаемой ситуации в компании (рисунок 2.) отмеченные синим и красным цветами соответственно. Из графика следует, что в данный момент в компании выделяется рыночная организационная культура, в то время как сотрудники хотели бы ее видеть клановой с элементами адхократии. Стоит так же отметить, что реальные и желаемые показатели отличаются не очень сильно, что говорит о том, что сотрудники, скорее, удовлетворены текущим положением дел.

Таблица 2. Общий профиль52

Ответ (Тип культуры)	Существующая культура		Предпочитаемая культура	
	∑ 6 измерений	Средний балл	∑ 6 измерений	Средний балл
А (ООК)	170	29	270	45
Б (ПартОК)	90	15	160	27
В (ПОК)	250	42	130	22
Г(БОК)	90	15	40	7

Рис 3. Графики существующей и желаемой ОК53

[52] Таблица составлена автором по материалам ИП Хахонин П.Е.
[53] Рисунок составлен авторами по материалам ИП Хахонин П.Е.



Творческая студия «ЖКХ» осуществляет свою деятельность на основании организационно-правовой формы «индивидуальный предприниматель». Во главе компании стоит владелец бизнеса, которому подчиняются два руководителя отделов отвечающие за свои направления. В свою очередь под их началом работают координаторы каждой специализации, которым подчиняются сотрудники, работающие по системе фриланс. Схематически структура управления компании представлена на рисунке 1.3.

Рис 4. Структура управления И П54

Из него следует, что на данном предприятии применяется линейно-функциональная система управления.

В линейно - функциональной структуре принято разделение труда, при котором линейные звенья управления наделены правами единоначалия и выполняют функции распорядительства, а функциональные звенья призваны оказывать помощь линейным подразделениям и осуществлять планирование, координирование, стимулирование, учет, контроль.

Данная структура обладает следующими характеристиками:

— Оптимальность. Данная структура управления является

[54] Рисунок составлен авторами по материалам ИП Хахонин П.Е.

оптимальной, потому что между звеньями и ступенями управления на всех уровнях устанавливаются рациональные связи при минимальном числе ступеней управления.

— Оперативность. Данная структура является оперативной потому что за время от принятия решения до его исполнения не успели произойти необратимые отрицательные изменения, делающие ненужной реализацию принятых решений.

— Надежность. Структура аппарата управления гарантирует достоверность передачи информации, не допускает искажений управляющих команд и других передаваемых данных.

Использованные источники:

1. Устав ИП Хахонин П.Е. (Творческая студия «ЖКХ»).
2. Пономарева Т.А., Супрягина М.С. Качество услуг: качественные параметры оценки. «Маркетинг в России и за рубежом», №1 2015 г. с. 23-28.
3. Официальный сайт. Информационно-правовой портал Гарант. РУ. Основы законодательства Российской федерации о культуре от 09.10.1992 №3612-1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/104540/

Антонович Ю.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
Овчар Н. С.
студент 4 й курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСОБЕННОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ИП ШОКОЛОВА Т.А.)

Аннотация: *В стать рассматривается деятельность торгового предприятия (цветочный магазин) Важнейшим конкурентным преимуществом которого является его удобное расположение. Изучение рынка цветов и разработка комплекса маркетинговых коммуникаций руководством предприятия повышает конкурентоспособность, что закрепляет позиции на рынке способствует получению максимальной прибыли.*

Ключевые слова: *торговое предприятие, магазин, организационная структура, ассортимент, потребители, маркетинговые исследования.*

Торговое предприятие (цветочный магазин) расположен в удобном месте, на входе в рынок «Квадро»: проходимость людей в этом месте довольно высокая. Рядом располагаются торговый центр, павильоны с

продуктами, одеждой, игрушками: таким образом, люди, которые проходят мимо, могут быть разных возрастов и с разными доходами. «Для магазина важны три вещи: первая – расположение, вторая – расположение, третья – расположение» – это общепринятое мнение прямо подходит к цветочному бизнесу.

Торговый зал магазина определяет условия выполнения технологических операций, связанных с продажей товара(цветов). Вход/выход расположен посередине длины здания, при таком расположении достигается необходимое направление покупательских потоков.

Режим работы магазина: с 7:00 до 22:00.

Основной деятельностью ИП «Шоколова» являются:

- Розничная продажа срезанных цветов, шаров, подарков.
- Изготовление букетов на заказ
- Изготовление свадебных букетов
- Доставка заказа

Основной целью работы цветочного магазина является получение прибыли. Следовательно, долгосрочные цели - это привлечение максимально возможного количества клиентов, формирование постоянной клиентской базы и дальнейшее расширение цветочного магазина. Краткосрочными целями являются создание положительного образа цветочного магазина, поиск новых клиентов, достижение стабильного роста объема продаж.

Организационная структура предприятия представлена на рис. 1

Рисунок 1. Организационная структура ИП Шоколова55

Организационная структура является линейно-функциональной и является типичной для малых предприятий. Она наиболее эффективна при решении управленческих задач, потому что директор непосредственно руководит всеми работниками организации. Данная схема организационной структуры эффективна на предприятиях с небольшим количеством работников, каковым и является компания.

Директор несёт материальную и административную ответственность за

[55] Составлено автором по материалам ИП Шоколова

достоверность данных статистического и бухгалтерского учётов. Он ведет обучение персонала, выполняя, таким образом, функции и продавца, и флориста.

Кроме руководителя в штат включают: Заместитель директора; бухгалтер; водитель; разнорабочий; продавец и флорист.

Зарплата сотрудников зависит от прибыли предприятия, следовательно, каждый сотрудник заинтересован в его развитии, т.е. увеличение объемов производства, качество реализуемой продукции и другое.

Потребителей цветочной продукции можно условно разбить на три группы:

- Покупатели с невысоким уровнем доходов, которые покупают цветы у остановок, в цветочных палатках и у бабулек.
- Покупатели со средним уровнем доходов, которые обращают внимание на качество обслуживания в магазине, на ассортимент предлагаемого товара, но за помощь флориста в составлении букета платить не готовы.
- Покупатели с высоким уровнем доходов, для которых важно всё: престиж магазина, внешний антураж, оформление букета, возможность доставки букета на дом.

Как показал анализ работы предприятия ИП Шоколова 20% составляют потребители с высоким уровнем дохода, 50% со средним уровнем дохода и 30% с низким уровнем дохода.

Спрос на часть ассортимента предприятия носит сезонный характер (максимальный спрос на местную розу наблюдается в летний период, на тюльпаны в весенний период, а увеличение спроса хризантемы к осеннему периоду).

В магазине предполагается широкий выбор продукции, а также новые сорта и экзотические виды цветов, и составление цветочной композиции.

Цветочная композиция, изготовленная флористом с использованием упаковочных материалов, дает возможность красиво оформить букет и тем самым удовлетворить требование потребителя.

Цветочный магазин ИП «Шоколова» занимается продажей и обработкой товаров (цветы), а также предоставляет покупателю дополнительные услуги, такие как:

- создания индивидуального букета
- создания свадебного букета;
- оформления шарами;
- доставка по городу «Ростов-на-Дону»

Цены на товар могут варьировать в зависимости от сорта, размера и сезона.

Нами был проведен анализ основного ассортиментного ряда на основе данных о количестве товара за каждый месяц, который мы можем наблюдать Из гистограммы (рис. 2) можно увидеть, что в марте, сентябре и декабре

происходит резкое увеличение количества товара в ассортименте. Такое изменение связано с тем, что накануне праздников продажи в цветочных магазинах резко возрастают. Анализ показал в какие периоды времени возрастают покупки цветочной продукции. К таким периодам относят: 8 марта; 14 февраля; 23 февраля; 1 сентября; 24, 25, 30,31 декабря; 7 января; 9 мая; Пасха; последний звонок; школьные экзамены, выпускной; пятница и суббота (свадебные дни).

Проведённый анализ позволил получить результаты.

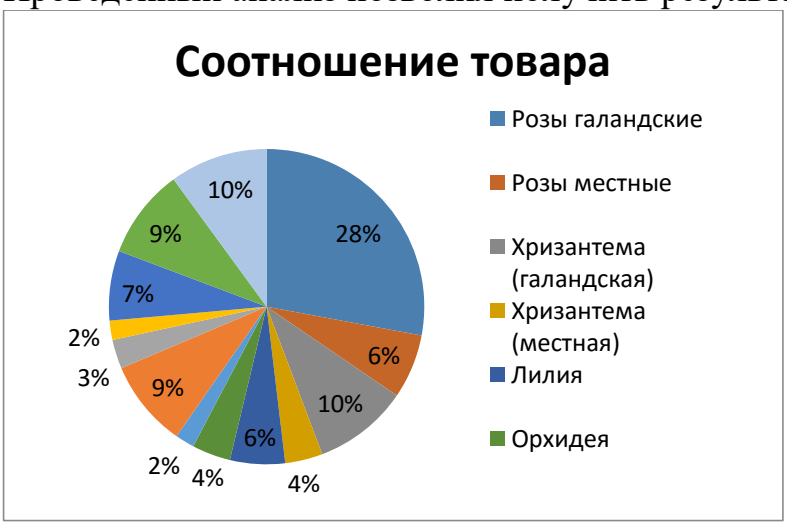


Рисунок 0. Соотношение товара56

Основным товаром является «голландская роза» она занимает 1 позицию в процентном соотношении: ее показатель почти в 3 раза выше от показателя альстромерии и хризантемы, который составляет 10%, которые делят между собой 2 и 3 позицию. Эустома и тюльпаны делят 4 и 5 позицию, и их доля равна 9% от всего ассортиментного ряда за год, местная роза находится на 6 позиции. Это связано с тем, что этот товар закупается только летом, и именно поэтому на фоне общего ассортимента она занимает такую низкую позицию. Однако рассмотрев рисунок 2. просмотреть позицию местной розы видно, что роза занимает 2 или 3 место. Это говорит о том, что местная роза так же пользуется большим спросом, но только сезонно.

ИП Шоколова работает безубыточно и добивается определенных успехов. Предприятие периодически проводит маркетинговые исследования и планирует открытие интернет-площадки для реализации своих услуг.

Использованные источники:

1. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 224 с.

2. Яковлева Ю. А. Роль конкуренции в рыночной экономике [Текст] / Ю. А. Яковлева // Молодой ученый. — 2014. — №3. — С. 610-613.

3. Данилкин И. Особенности цветочного бизнеса // Бизнес-журнал. Режим доступа: http://www.openbusiness.ru/html/dop3/flower2.htm

[56] Составлено автором по материалам ИП Шоколова

4. Иванова О. Обзор цветочного рынка в России // Электронный ресурс МКА Бизнес Рейтинг / Режим доступа: informarket.ru/news/one/2409

Антонович Ю.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
факультет управления
Голубцова А. М.
студент 5 й курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГК «ХОРОШИЕ РЕСТОРАНЫ»

Аннотация: *В статье рассматривается маркетинговая деятельность предприятия общественного питания в условиях кризиса. Важнейшим конкурентным преимуществом которого является эффективная политикf маркетинга ориентируемая на интенсивный поиск новых и оригинальных методов взаимодействия с клиентами.*

Ключевые слова: *кризис, ресторан, спрос, услуги общественного питания, организационная структура, ассортимент, потребители, маркетинговые исследования.*

Падение спроса на услуги общественного питания в условиях кризиса, ориентирует политику маркетинга на интенсивный поиск новых и оригинальных методов взаимодействия с клиентами, усиление аналитической функции в составе задач управления маркетингом, и в целом усиления значимости маркетинга на предприятии.

Управление маркетингом в ГК "Хорошие Рестораны" организовано по принципу ориентации на подразделения. Это обусловлено значительной дифференциацией продукции, что требует специфических условий применения комплекса маркетинга в каждом отдельном ресторане компании.

Достоинством данной организационной структуры является то, что управляющий по определенному ресторану координирует весь комплекс маркетинга по этому ресторану и быстрее реагирует на возникающие на рынке проблемы.

Актуальную маркетинговую ситуацию в компании «Хорошие рестораны» можно охарактеризовать следующим образом:

1. Благодаря антикризисным мерам, которые были предприняты руководством в конце 2014 г., компании удалось адаптироваться и войти в сложный для потребительского рынка период с минимальными потерями.

2. Средний чек возрос на 10%, выручка незначительно упала.

3. Поварами ресторанов была выполнена задача заменить импортные

ингредиенты блюд продуктами российского производства, при этом сохраняя вкусовые качества как в оригинальной рецептуре (в связи с возросшими издержками на импортные продукты); удалось избежать удорожания ключевых позиций в меню.

4. Компания работает напрямую с производителями или с официальными дистрибьюторами импортёров. Сотрудничество с посредниками поставщиков на минимальном уровне.

5. К открытию летнего сезона снова начал свою работу ресторан «Пирс» (ежегодный проект компании).

Можно выделить три основных источника успеха ГК "Хорошие Рестораны":

1. Клиентоориентированность. Потребитель был изначально выдвинут руководством в качестве центра, вокруг которого разворачивался бизнес-процесс. Именно по этой причине целевой функцией организации услуг стало реальное качество продукции и всего комплекса обслуживания.

2. Местоположение и дифференциация по вкусовым предпочтениям.

3. Предлагаемые цены обслуживания, не превосходящие цены конкурентов, в совокупности с качеством и местоположением создают возможность выбора потребительских предпочтений в пользу данной компании.

Разработка маркетингового плана проходит каждый год в рамках процесса стратегического планирования компании. План маркетинга представляет собой резюме маркетинговой стратегии фирмы, поэтому включает в себя стратегию на 3 - 5 лет, уточненный план продаж, бюджет на продвижение компании и продукции, а также конкретные действия по увеличению потребительской базы на ближайший год. Каждый год эти элементы претерпевают необходимые корректировки. План маркетинга дифференцирован по проектам фирмы и по продуктовым группам.

С целью оптимизации расходов на маркетинг компания формирует бюджет маркетинга, который включает: маркетинговый фонд, зарплату штатных работников отдела маркетинга; оплату труда внештатных работников, деятельность которых не может быть выполнена штатным персоналом, накладные расходы по отделу. Бюджет маркетинга составляет обычно 3-5% от общего оборота.

Маркетинговая концепция достаточно глубоко проникла в сознание сотрудников фирмы, и все маркетинговые мероприятия проводятся с учётом этой концепции.

В качестве целевого сегмента ГК «Хорошие Рестораны» рассматривает одиночных клиентов и группы клиентов с высоким уровнем дохода.

Рыночные исследования проводятся силами предприятия, иногда привлекаются внешние эксперты и консультанты. При проведении таких исследований используются достоверные и полные источники информации. Результаты опросов потребителей учитываются в работе предприятия. Отдел маркетинга и PR ГК «Хорошие Рестораны» занимается исследованиями в

соответствии с потребностями фирмы.

Направления маркетинговых исследований сводятся к следующим группам:

1) Обзор рынка в конкретном ресторанном сегменте
2) Анализ места расположения.
3) Исследование ценовой политики.
4) Исследование меню.
5) Исследование посетителей;
6) Исследование и разработка стратегии позиционирования
7) Анализ, разработка рекламной компании. Проведение рекламной кампании.
8) Анализ существующей концепции. Корректировка.
9) Анализ работы персонала. Сильные и слабые стороны. Устойчивость к различным видам поведения клиентов.
10) Другие исследования.

Функцию исследования потребительского поведения и предпочтений выполняет сервис-менеджер.

Таблица 1. Комплекс маркетинга ГК «Хорошие Рестораны»57

Составляющая комплекса маркетинга	**Характеристика**
Товарная политика	Стратегия дифференциации. Ведется поиск новых товаров, которые в технологическом или рыночном отношениях были бы подобны уже имеющимся товарам предприятия и привлекали бы новых покупателей. Продуктовая политика подразумевает решение задач, связанных с выбором товаров для производства и реализации на рынке, то есть в первую очередь с разработкой и внедрением на рынок новой продукции, в зависимости от стоящих перед предприятием маркетинговых задач. Ассортиментная политика подразумевает управление товарным ассортиментом в соответствии с особенностями спроса и конкуренции на рынке. Формирование ассортимента продолжается в течение всего жизненного цикла товара. Ассортиментная политика тщательно прорабатывается как на стадии планирования продаж, так и при формировании перспективного ассортимента. Проводятся регулярные сезонные изменения меню.

[57] Составлено автором с использованием информации следующих источников:
Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. СПб.: Питер, 2010. С 112.
Хорошая газета / Ежемесячная газета о еде, напитках, events событиях, гастрономических открытиях и projects компании "Хорошие Рестораны" // 2015. №3. С4.

Ценовая политика	Ценообразование осуществляется комплексно, то есть с эффективным применением затратного ценообразования (добавление стандартной надбавки к затратам), анализа точки безубыточности и ценообразования по целевой прибыли, ценообразования с ориентацией на запросы покупателя (расчёт цены на базе ценности услуги, воспринятой покупателем) и ценообразования, основанного на конкуренции.
Политика продвижения	Предприятие использует в основном только рекламу BTL - непрямую рекламу:
Сбытовая политика	Сбытовая политика направлена на конечного потребителя. Продукция, изготовленная или купленная на продажу компанией, реализуется в ресторанах в готовом для употребления виде.

Таким образом, комплекс маркетинга предприятия ГК «Хорошие Рестораны» включает в себя такие направления, как товарная политика, ценовая политика, политика продвижения, сбытовая политика (таблица1.).

Из анализа следует, что компания достаточно конкурентоспособна, имеет сильные показатели по многим позициям, а значит хорошие предпосылки для дальнейшей деятельности в сфере общественного питания.

Компания адаптирована к кризисной ситуации, используется импортозамещение продуктов. Конкурентным преимуществам компании являются: высокая клиентоориентированность, удачное месторасположение ресторанов и их дифференциация по вкусовым предпочтениям потребителей, а также конкурентной цене.

Использованные источники:

1. Авруцкая И. В. Битва за гостя: Стратегия и тактика ресторанного маркетинга. М: Ресторанные ведомости, 2015. - 184 с.
2. Официальный сайт ГК «Хорошие Рестораны» / Режим доступа: http://www.goodrestaurants.ru/about.html
3. Хорошая газета / Ежемесячная газета о еде, напитках, events событиях, гастрономических открытиях и projects компании "Хорошие Рестораны" // 2015. №3. С4.

Антонович Ю.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
Чебонян М.М.
студент 4 й курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ООО ГК «СТАНДАРТ ПЛАСТ-ЮГ»

Аннотация: *Проблема финансовой устойчивости*

предприятия весьма актуальна для РФ. Анализ финансового состояния ООО ГК «Стандарт пласт -Юг» и оценка на его основе сильных и слабых сторон, позволяют разработать комплекс мероприятий для усиления финансовой устойчивости предприятия.

Ключевые слова: *финансы, коэффициент ликвидности, бухгалтерский баланс, дебиторская задолженность, финансовая устойчивость.*

Изучая баланс компании, прежде всего, следует отметить, что величина чистого оборотного капитала ООО ГК «Стандарт пласт -Юг» на конец декабря 2014 года. составила 64141,5 тыс.руб. что говорит о том, что предприятие имеет чистый оборотный капитал для поддержания своей деятельности и на отчетную дату, положение предприятия можно назвать достаточно стабильным. Однако все же необходимо более подробно изучить структуру имущества ООО «Стандарт пласт-Юг».

Анализируя баланс и структуру имущества предприятия на конец отчетного периода можно предположить агрессивную финансовую модель деятельности. Агрессивная модель - эта модель основывается на предположении, что краткосрочная кредиторская задолженность служит лишь для покрытия переменной части текущих активов, необходимой как страховой запас. Постоянная часть текущих активов в этом случае покрывается за счет долгосрочной кредиторской задолженности и части собственного капитала.

Рассмотрим изменения показателей финансовой устойчивости ООО «Стандарт пласт-Юг» в абсолютном выражении за весь рассматриваемый период представлен в таблице 1.

Таблица 1 Анализ финансовой устойчивости ООО ГК«Стандарт пласт -Юг» по абсолютным показателям за2012-2014гг[58]

Показатель	**Период анализа**		
	2012	**2013**	**2014**
1. Источники собственных средств	40009,5	61363,5	71434,5
2. Внеоборотные активы	3690,0	3811,5	7293,0
3. Источники собственных оборотных средств для формирования запасов и затрат	36319,5	57552,0	64141,5
4. Долгосрочные кредиты и займы	0,0	0,0	0,0
5. Источники собственных средств, скорректированные на величину долгосрочных заемных средств	36319,5	57552,0	64141,5
6. Краткосрочные кредитные и заемные средства	4500,0	3256,5	22501,5
7. Общая величина источников средств с учетом долгосрочных и краткосрочных заемных средств	40819,5	60808,5	86643,0
8. Величина запасов и затрат, обращающихся в активе баланса	41620,0	57750,0	84649,5
9. Излишек источников собственных оборотных средств	-5300,5	-198,0	-20508,0

[58] Составлено автором по материалам бухгалтерской отчетности

10. Излишек источников собственных средств и долгосрочных заемных источников	-5300,5	-198,0	-20508,0
11. Излишек общей величины всех источников для формирования запасов и затрат	-800,5	3058,5	1993,5
12.1. 3-х комплексный показатель (S) финансовой ситуации	0	0	0
2.3.	0	1	1
финансовая устойчивость предприятия	(0,0,0)	(0,0,1)	(0,0,1)
	Кризисно неустойчивое состояние предприятия	Допустимо неустойчивое состояние предприятия	Допустимо неустойчивое состояние предприятия

Как видно из таблицы 1, на конец периода для финансирования запасов и затрат предприятие использует собственные, а также краткосрочные заемные средства.

Рассматривая тип финансовой устойчивости предприятия в динамике, заметно некоторое снижение финансовой устойчивости.

Далее выполним анализ ликвидности. Коэффициент ликвидности - показатель способности компании вовремя выполнять свои краткосрочные финансовые обязательства.

На конец декабря 2013 года значение показателя абсолютной ликвидности составило 0,24. На конец декабря 2014 года значение показателя снизилось, что можно рассматривать как отрицательную тенденцию и составило -0,02. На конец анализируемого периода показатель находится ниже нормативного значения 0,2 , что говорит о том, что значение коэффициента слишком низко и предприятие не в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов.

Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена за счет наиболее ликвидных и быстро реализуемых активов. Нормативное значение показателя - 0,6-0,8, означающее, что текущие обязательства должны покрываться на 60-80% за счет быстрореализуемых активов.

Таблица 2 Анализ коэффициентов ликвидности[59]

Показатель	Период анализа			отклонение	
	2012	2013	2014	2013-2012	2014-2013
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,25	0,24	-0,02	-0,01	-0,26
Коэффициент промежуточной	0,72	0,96	0,32	0,24	-0,64

[59] Составлено автором по материалам бухгалтерской отчетности

(быстрой) ликвидности					
Коэффициент текущей ликвидности	2,90	12,86	3,12	9,97	-9,74
Коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования	0,65	0,92	0,68	0,27	-0,24
Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности		7,68	0,34	7,68	-7,33

На конец декабря 2013 года значение показателя быстрой (промежуточной) ликвидности составило 0,96. На конец декабря 2014 года значение показателя снизилось, что можно рассматривать как отрицательную тенденцию, и составило 0,32.

Коэффициент текущей ликвидности и на начало и на конец анализируемого периода (декабря 2013 - декабря 2014 гг.) находится выше нормативного значения 2, что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. На конец декабря 2013 года значение показателя текущей ликвидности составило 12,85. На конец анализируемого периода значение показателя снизилось, и составило 3,12.

Подводя итоги выполненной работы следует отметить, что проведенный анализ финансовой устойчивости и ликвидности ООО ГК«Стандарт пласт -Юг» за 2012-2014 гг. позволил выявить такие моменты: хотя предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами, но значение показателя ликвидности снизилось, что можно рассматривать как отрицательную тенденцию.

Использованные источники:

1. Давыденко Е.А. Проблемы организации финансового планирования и контроля на отечественных предприятия // Финансовый менеджмент – 2015 – №2 – С.33-38.
2. Официальный сайт компании ООО ГК«Стандарт пласт -Юг» // Электронный ресурс/ Режим доступа: http://www.soyuz-ig.ru/about/disclosure-informaii/.
3. Бухгалтерский баланс ООО ГК«Стандарт пласт -Юг» 2013- 2014 гг.
4. Отчет о прибылях и убытках ООО ГК«Стандарт пласт -Юг» 2013-2014 гг.

Антонович Ю.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
Бахчевникова Я.С.
студент 4 й курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ФК «РОСТОВ» НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА

Аннотация: *Рассматриваемая проблема - неудовлетворительные спортивные результаты футбольного клуба «Ростов» весьма актуальна. Разработка и реализация комплекса маркетинговых коммуникаций спортивной организации в настоящее время даёт реальную возможность её решения. Проведён SWOT-анализа деятельности клуба для оценки его сильных и слабых сторон управления.*

Ключевые слова: *футбольный клуб, SWOT-анализ, SNW-анализ, PEST-анализ, факторы внешней и внутренней среды.*

Футбольный клуб «Ростов» —клуб российской футбольной Премьер-Лиги, обладатель Кубка России 2014 года.

Однако в последнее время клуб показывает неудовлетворительные спортивные результаты, что в совокупности с внешними негативными факторами сказывается на общем положении клуба. После первого круга российского футбольного Чемпионата (сезон 2014/2015) ФК «Ростов» занимал промежуточное последнее место. Кроме того, средняя посещаемость матчей после проведенных 19 туров остается крайне низка по сравнению с предыдущими сезонами: 7 278 человек (в сезоне 2013/2014 она была равна 11 074, 2011/2012 – 13 078)60.

Эти и другие факторы делают необходимым проведение SWOT-анализа деятельности клуба для оценки его сильных и слабых сторон, учета внешних возможностей и угроз, и последующей разработки комплекса маркетинговых коммуникаций.

Оценка деятельности клуба начинается с анализа внешней среды (PEST-анализа). На первом этапе были сформированы показатели макроокружения, имеющие высокую вероятность реализации и воздействия. При этом выделены четыре основные группы: экономические, социальные и культурные, политические и правовые и технологические факторы.

На втором и третьем этапе была оценена значимость каждого события для клуба путем присвоения веса (от 0 до 1), а также дана оценка степени влияние каждого фактора на стратегию клуба (от 1 до 20).

---

[60] Статистика за 2014/2015 сезон // Официальный сайт РФПЛ. URL: http://rfpl.org/tournaments/championship/ (дата обращения: 20.12.2014).

Итоговый результат оценки возможностей и угроз для футбольного клуба «Ростов» можно представить в виде таблицы 1:

Таблица 1. - Возможности и угрозы ФК «Ростов»[61]

	Факторы внешней среды	Оценка фактора (Ai) (1-20)	Вес фактора (Pi) (0-1)	Взвешенная оценка Ai*Pi
P	1. оддержка отрасли государством	18	0,6	10,8
	2. окращение бюджета Администрации РО	18	0,7	12,6
				23,4
E	1. нфраструктурное развитие	17	0,5	8,5
	2. естабильность экономики	15	0,6	9
				17,5
S	1. Рост требований потребителей к качеству предлагаемых услуг	16	0,8	12,8
	2. Проведение этапа ЧМ-2018 в Ростове-на-Дону	18	0,5	9
				21,8
T	1. Изменение коммуникационных и интернет-технологий	15	1	15
	2. Развитие альтернативных способов предоставления услуг	17	0,6	10,2
				25,2

Основными возможностями для клуба в настоящее время являются такие факторы внешней среды как: 1. Поддержка отрасли государством; 2. Инфраструктурное развитие; 3. Проведение этапа ЧМ-2018 в Ростове-на-Дону; 4. Развитие альтернативных способов предоставления услуг.

Основные угрозы для ФК «Ростов»: 1.Сокращение бюджета Администрации РО; 2.Нестабильность экономики; 3.Рост требований потребителей к качеству предлагаемых услуг; 4.Изменения коммуникационных и интернет-технологий (сокращение реальной футбольной аудитории, посещающей матчи на стадионе, в пользу интернет-аудитории).

Стоит обратить внимание на развитие и использование потенциала технологических факторов, т.е. оснащения стадиона, а также представление и реализация деятельности клуба в виртуальном пространстве.

Анализ факторов внутренней среды ФК «Ростов» (SNW-анализ)

После проведения PEST-анализа деятельности клуба и выявления внешних возможностей и угроз необходимо дать оценку его внутренней

[61] Составлено автором на основе внутренней информации ОАО ФК «Ростов»

среде. Наиболее распространенным подходом к анализу внутренней среды как ресурса компании является SNW-анализ.

На первом этапе анализа внутренней среды ФК «Ростов» были сформированы показатели, по которым определялись в дальнейшем слабые, сильные и нейтральные стороны фирмы. При этом были выделены четыре основных раздела: маркетинг, финансы, организация, кадры.

На втором этапе была дана качественная оценка каждому показателю в трехбалльном диапазоне: «3» - сильная, «2» - средняя, «1» - слабая.

На третьем этапе показателям был присвоен соответствующий ранг (весомость) в зависимости от его важности для клуба.

Таким образом, анализ факторов внутренней среды ФК «Ростов» можно представить в табличной форме:

Таблица 2. - SNW-анализ футбольного клуба «Ростов»[62]

Факторы внутренней среды	Уровень значимости (1-3)	Оценка факторов		
		S (сильная) 3	N (нейтральная) 2	W (слабая) 1
Маркетинг				
1. Популярность клуба на федеральном рынке	2			1
2. Популярность клуба на региональном рынке	3	3		
3. Небольшое количество болельщиков на федеральном рынке	3			1
4. Репутация в отношении обслуживания	3		2	
5. Реклама	3		2	
6. Месторасположение стадиона	2	3		
7. Ассортимент	2	3		
8. Ценовая билетная политика	3	3		
9. Дистрибуция	3			1
10. Инфраструктура	3		2	
11. Работа с болельщиками	3			1
Финансы				
12. Финансовая стабильность	2		2	
13. Отсутствие постоянного титульного спонсора	3			1
14. Зависимость от Органов государственной власти	3			1
15. Доходность от продажи билетов/абонементов, атрибутики и прав на телетрансляции	2			1

[62] Составлено авторами на основе внутренней информации ОАО ФК «Ростов».

Организационная структура и управление персоналом				
16. Квалификация руководства клуба	2		2	
17. Квалификация сотрудников спортивного отдела	3	3		
18. Уровень и квалификация футболистов	3			1
19. Инициативность сотрудников	2	3		
20. Оперативность принятия решения	2		2	
21. Корпоративная культура	2	3		
22. Организационная структура	3		2	
23. Наличие ДЮСШ при клубе	3	3		
Спортивные результаты как основной фактор привлекательности клуба (сезон 2014/2015)	3			1

Далее необходимо построить матрицу анализа сильных и слабых сторон:

	Сильные (3)	Нейтральные (2)	Слабые (1)
Высокий (3)	(3+3+3+3)*3=36	(2+2+2+2)*3=24	(1+1+1+1+1+1)*3=18
Средний (2)	(3+3)*2=12	(2+2)*2=8	(1+1)*2=4
Низкий (1)	-	-	-

Таким образом, конкурентными преимуществами для футбольного клуба «Ростов» в настоящий момент являются: популярность клуба на региональном рынке, ценовая билетная политика, квалификация сотрудников спортивного отдела, наличие ДЮСШ при клубе.

Основываясь на SNW и PEST-анализе перейдем к SWOT-анализу футбольного клуба «Ростов» можно представить в виде таблицы:

Таблица 3. - SWOT-анализ футбольного клуба «Ростов»[63]

	Сильные стороны: 1. Популярность клуба на региональном рынке; 2. Ценовая билетная политика; 3. Квалификация сотрудников спортивного отдела; 4. Наличие ДЮСШ при клубе	Слабые стороны: 1. Спортивные результаты; 2. Уровень и квалификация футболистов; 3. Зависимость от Органов государственной власти; 4. Отсутствие постоянного титульного спонсора; 5. Отсутствие постоянной работы с болельщиками

[63] Составлено авторами на основе внутренней информации ОАО ФК «Ростов».

		6. Небольшое количество болельщиков и зрителей
Возможности: 1. Поддержка отрасли государством; 2. Инфраструктурное развитие; 3. Проведение этапа ЧМ-2018 в Ростове-на-Дону; 4. Развитие альтернативных способов предоставления услуг.	1. Развитие инфраструктуры стадиона за счет поддержки отрасти государством; 2. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий, приуроченных к ЧМ-2018.	1. Рост числа болельщиков и зрителей за счет повышения внимания к ЧМ; 2. Создание мобильного приложения для болельщиков; 3. Разработка и внедрение маркетинговой программы по повышению посещаемости матчей.
Угрозы: 1. Сокращение бюджета Администрации РО; 2. Нестабильность экономики; 3. Рост требований потребителей к качеству предлагаемых услуг; 4. Изменения коммуникационных и интернет-технологий	1. Повышение сервиса для болельщиков на стадионе; 2. Поиск новых спонсоров и альтернативных источников дохода.	1. Сокращение финансирования клуба из-за нестабильности экономики и невысоких результатов клуба; 2. Финансовый коллапс и уход клуба из РФПЛ.

Таким образом, стратегическими направлениями деятельности клуба, которые учитываются при разработке и реализации комплекса продвижения, являются: внедрение маркетинговых мероприятий, приуроченных к ЧМ-2018, качественное улучшение организации коммуникаций с болельщиками, развитие инфраструктуры, а также реализация маркетинговой программы по повышению посещаемости матчей.

Использованные источники:

1. Аристова Л.В. Лицензирование в спорте // Теория и практика физкультуры. 2009. № 4. С.11. Быстрее, выше, успешней: секреты спортивного маркетинга [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.advlab.ru/articles/article468.htm.
2. Делпи Л., Бозетти Ч.А. Спортивный маркетинг и менеджмент в Интернете // Спортивный маркетинг. 2012. № 7. С.21-22.
3. Дункан М., Кэмпбелл Р.М. Интернет-пользователи: Как связаться с ними и как включить Интернет в маркетинговую стратегию спортивного бизнеса // Спортивный маркетинг. 2013. №8. С.35-41.
4. Официальный сайт РФПЛ. URL: http://rfpl.org/tournaments/championship/.
5. Официальный сайт ФК «Ростов» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fc-rostov.ru.

Антонович Ю.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
Кизогян Р.А.
студент 6 й курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «СОЮЗ»)

Аннотация: *Проблема финансовой устойчивости страховщика весьма актуальна для России. Анализ финансового состояния ОАО «Страховая компания «СОЮЗ» и оценка на его основе сильных и слабых сторон, позволяют разработать комплекс мероприятий для усиления финансовой устойчивости страховой организации. В условиях нестабильного рынка и санкций именно страховые компании обеспечивают стабильность и определённость других отраслей экономики.*

Ключевые слова: *финансы, страховой копании бухгалтерский баланс, дебиторская задолженность перестраховщик, страховые резервы.*

Объективный анализа финансов страховой компании «Союз» требует использования бухгалтерской отчетности за последние годы.

Для оценки финансовой устойчивости предприятия применяется набор или система коэффициентов. Начнем с финансового анализа бухгалтерского баланса, который выполняется по двум направлениям: анализ динамики и структурный анализ. Анализ динамики баланса (горизонтальный анализ) дает оценку изменениям в финансовом и имущественном положении компании за отчетный период времени.

Данные полученные при горизонтальном анализе активов ОАО «СК «СОЮЗ» показывают, что за последние два года увеличилась валюта баланса рассматриваемой компании на 354 422 тыс. руб. (674000 - 319578), при этом темп ее роста ускорился. В 2014 г. темп прироста активов соответствовал 82,92% против 15,30% в 2013 г. Это обусловлено тем, что за 2014 год произошло большое увеличение фактически всех показателей актива баланса компании, кроме основных средств и доходных вложений в материальные ценности. Ясно проявилась тенденция к понижению, что видно из статей баланса.

Применение горизонтального анализа пассивов баланса выявило повышение собственного капитала по причине резкого увеличения резервного капитала и прибыли компании. Рост резервного капитала был в 2014 г. на 804 тыс. руб. или на 72,83%. Рост прибыли на 9888 тыс. руб. или на 42,71%. Главной составляющей собственного капитала продолжает оставаться уставный капитал, который на 31.12.2014 года составил 160 000 тыс. руб. и не увеличился по сравнению с 2013 годом.

Совокупный объем обязательств компании за 2014 год сильно вырос. Основной объем обязательств приходится на страховые резервы по страхованию иному, чем страхование жизни. В течение 2014 года произошло резкое увеличение темпа прироста страховых резервов до 151,67% и кредиторской задолженности до 320,68 %.

Исследование структуры (вертикальный анализ) бухгалтерского баланса входит в комплекс финансового анализа как важнейшая его часть, что позволяет объективно оценить финансовое и имущественное положение копании.

По данным вертикального анализа активов ОАО «СК «СОЮЗ», доля денежных средств в структуре активов незначительно увеличивалась и составила на 31.12.2014 г. 21,39% против 17,48% в 2013 г. При этом увеличилась доля финансовых вложений в объеме активов с 50,46% на 31.12.2013г. и до 62,16% на 31.12.2014 г. Отметим рост объемов финансовых вложений, который произошел за счет денежных средств, что должно привести к увеличению объемов получаемого инвестиционного дохода страховым предприятием.

В течение анализируемого периода наблюдается снижение удельного веса дебиторской задолженности в активах организации (21,47% в 2013 г. и 13,50% в 2014 г.). При этом в 2014 г. дебиторская задолженность являлась третьей по величине статьей активов. Снижение доли дебиторской задолженности в общем объеме активов и стоимости имущества заслуживает положительной оценки, так как свидетельствует об увеличении ликвидности дебиторской задолженности, а также об уменьшении риска невозврата задолженности.

Доля перестраховщиков в общей сумме средств показывает относительную величину средств страховой компании, фактически находящихся в распоряжении перестраховщиков. За анализируемый трехлетний период проявилась тенденция снижения зависимости от перестраховщиков.

Анализ финансовых результатов целесообразно начинать с анализа чистой прибыли. Чистая прибыль выступает конечным результатным показателем всех направлений деятельности страховой организации. В рассматриваемой компании, объектом анализа за отчетный период операции по страхованию жизни не производились, поэтому сделаем выводы о формировании чистой прибыли по прочей страховой деятельности, т.е. по иным видам страхования, т.е. не включая страхование жизни.

В соответствии с информацией отчета о финансовых результатах страховой организации определим величину чистой прибыли по формуле:

$$\sum ЧП = \sum М + \sum Р - С, \quad (5)$$

где ЧП – чистая прибыль страховой компании, ∑М – сумма маржинальных доходов по направлениям страхования, ∑Р – сумма сальдо доходов и расходов по нерегулярным статьям доходов и расходов, С – величина постоянных управленческих расходов.

Проведение ретроспективного анализа с использованием данных двух отчетных периодов представляет собой, по существу, анализ отклонений, который позволяет сделать следующие выводы о влиянии обобщающих факторов.

Прежде всего, за анализируемый период увеличилась прибыль страховой компании. Если в 2013 г. прибыль составляла 8043 тыс. руб., то в 2014 г. - 10692 тыс. руб. Увеличение прибыли составило в 2014 г. по сравнению с 2013 г. 32,94%.

Результат от операций по страхованию иному, чем страхование жизни снизился и составил в 2014 г. 22207 тыс. руб. против 31028 тыс. руб. в 2013 г. Это говорит о том, что в отчетном периоде была неэффективна политика по размещению страховых резервов в страховой компании.

Произошло увеличение дохода по прочим направлениям деятельности с 9041 тыс. руб. в 2013 г. до 14695 тыс. руб. в 2014 г. В 2014 г. рост дохода по сравнению с 2013 г. составил 5654 тыс. руб., т.е. 62,54%.

В страховой компании за анализируемый период произошло понижение управленческих (постоянных) расходов. Если в 2013 г. они составляли 27328 тыс. руб., то в 2014 г. эти расходы составили 21371 тыс. руб., таким образом, их снижение составило 21,8%.

Позитивное влияние на конечный финансовый результат оказало увеличение доходов от инвестирования страховых резервов с 7024 тыс. руб. в 2013 г. до 24892 тыс. руб. в 2014 г.

Также положительное влияние на конечный финансовый результат оказало увеличение доходов от неосновных (прочих) операций.

Увеличение доходов от этих операций еще и при имевшем место уменьшении расходов по ним повысило финансовый результат от внереализационных операций с 6702 тыс. руб. в 2013 г. до 13105 тыс. руб. в 2014 г.

Сравнив показатели прибыли в 2013 и 2014 гг. можно сделать вывод, что по итогам 2014 г. произошло улучшение финансовых результатов анализируемой компании: при значительном повышении сбора страховой премии на 208,95% по сравнению с 2013 г. , прибыль возросла на 32,94% и составила 10692 тыс. руб. против 8043 тыс. руб. в 2013г.

В 2014 г. в отличие от предыдущего года был получен положительный результат по страховой деятельности в размере - 8821 тыс. руб.

Далее по расчетам сделанным на основе бухгалтерского баланса и официальных данных компании, представленные в таблице 1, определим тип финансовой устойчивости ОАО «СК «СОЮЗ».

Таблица 1. – Анализ типа финансовой устойчивости предприятия64

Тип финансовой устойчивости	Формула	Расчет

[64] Составлено автором на основе внутренней информации и расчетов ОАО «СК «СОЮЗ».

Абсолютно устойчивое финансовое состояние	ВА+З < СК	432 328 > 195 018
Нормально устойчивое финансовое состояние	СК-ВА+З < СК+ДО	-235 438 < 195 018
Неустойчивое финансовое состояние	СК+ДО-ВА+З=СК+ДО+КЗК	- 235 438 < 250 984
Кризисное финансовое состояние	ВА+З > СК+ДО+КЗК	432 325 > 250 984
где, ВА – вне оборотные активы; З – запасы + НДС по приобретенным ценностям; СК – собственный капитал; ДО – долгосрочные обязательства; КЗК – краткосрочные займы и кредиты.		

Таким образом, финансовое состояние ОАО «СК «СОЮЗ» можно оценивать как нормально устойчивое, так как его активы полностью обеспечиваются собственными оборотными средствами и долгосрочными заемными источниками.

Использованные источники:

1. Официальный сайт компании ОАО «СК «СОЮЗ» // Электронный ресурс/ Режим доступа: http://www.soyuz-ig.ru/about/disclosure-informaii/.
2. Бухгалтерский баланс ОАО «СК «СОЮЗ» 2013- 2014 гг.
3. Отчет о прибылях и убытках ОАО «СК «СОЮЗ» 2013-2014 гг.
4. Интернет-портал «Страхование сегодня». // Электронный ресурс/ Режим доступа: http://www.insur-info.ru/statistics.

Барило Л.В., к.э.н.
старший преподаватель
кафедра «Экономики и предпринимательства»
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ

В данной статье показано, что важнейшее значение в обеспечении эффективности бизнеса приобретают ресурсные компетенции, и предлагаются методы оценки ресурсного потенциала предпринимательских структур на основе компетентностного подхода.

Ключевые слова: ресурсный потенциал предпринимательской структуры, компетенции предпринимательской структуры,

В современной экономике успешное развитие бизнеса является результатом рационального управления, основанного на использовании возможностей предпринимательской структуры. Именно от этого зависит то, насколько динамично будет развиваться предпринимательская структура. Следовательно, развитие бизнеса обусловлено наличием у предприятия соответствующего потенциала. Потенциал как экономическая категория

представляет собой возможность и готовность экономических субъектов сосредоточить свои усилия на тех сферах деятельности, в которых у них имеются либо абсолютные, либо сравнительные преимущества.[4]

При этом взаимное влияние элементов ресурсного потенциала бизнеса обусловлено такими свойствами экономических ресурсов, как взаимозаменяемость и взаимодополняемость, которые предполагают, что уменьшение в системе одного ресурса может быть компенсировано в определенных пропорциях другим ресурсом.

Таким образом, одним из важнейших факторов обеспечения успешного функционирования предпринимательской структуры является синергетический эффект от комплексного управления и использования ресурсов, которыми она обладает. При этом И. Адизес связывает процессы организационного развития с «соответствующим сочетанием приоритетов в действиях руководства предпринимательской структуры, к которым относятся: максимальная ориентация на выполнение миссии компании; развитость административной функции; предпринимательский стиль; организационная интеграция». [1]

Поскольку величина ресурсного потенциала предпринимательской структуры непосредственно связана со всеми видами имеющихся ресурсов, расширение того или иного ресурса во взаимосвязи с другими позволяет реализовать цели предпринимательской деятельности. Однако зачастую это невозможно без уменьшения потребления других видов ресурсов. При этом Е. В. Богомолова и Т.В. Толстых на основе проведенного ими анализа научных публикаций по рассматриваемой тематике выявили более 20 основных составляющих категории «ресурсный потенциал предприятия».[3]

Б. В. Салихов и В. О. Самойлов рассматривают и связывают «предпринимательский ресурсный потенциал с реальной возможностью деятельности, которая обеспечивает инновационное использование ограниченных ресурсов в целях создания требуемых личности и обществу ценностей».[5]

В этой связи важнейшее значение в обеспечении эффективности бизнеса приобретают ресурсные компетенции, под которыми мы понимаем организационные процедуры, при помощи которых происходит воздействие на ресурсную базу организации.

Многие недостатки, присущие существующим методам оценки ресурсного потенциала предпринимательских структур, по нашему мнению, можно преодолеть при помощи использования методологии экспертной оценки ресурсных компетенций предприятия. Данное обстоятельство можно обосновать необходимостью приведения к общей оценочной базе параметров, отражающих три важнейших аспекта, влияющих на уровень ресурсного потенциала предприятия, к которым мы считаем необходимым отнести уровень ресурсной обеспеченности по принятым элементам потенциала компании, уровень реализации ресурсного потенциала каждого из перечисленных элементов и уровень влияние внешней среды на состояние

элементов ресурсного потенциала. При этом механизм ее проведения представлен на примере одного из крупнейших фигурантов строительного рынка г. Ростова-на-Дону – ООО «Фирма «Руслан».

Основная деятельность ООО «Фирма «Руслан» - это строительство, реконструкция и капитальный ремонт зданий и сооружений любой сложности. При этом, при выполнении любых видов строительных работ применяются новейшие современные технологии и материалы.

ООО «Фирма «Руслан» входит в число лидеров строительного комплекса России. Неоднократно компания побеждала во Всероссийском конкурсе на лучшую строительную организацию, предприятие строительных материалов и стройиндустрии и получала награду «За достижение высокой эффективности и конкурентоспособности в строительстве и промышленности строительных материалов».Согласно лицензии № Д 675464 от 26 декабря 2009 года, фирма «Руслан» имеет право на выполнение почти всех видов строительных работ.

Общая площадь возведенного предприятием жилья – около 50 тысяч квадратных метров, более 19 тысяч квадратных метров находится в стадии строительства. Всего специалистами фирмы возведено более 80 объектов.

В начале анализа ресурсных компетенций на 1-ом этапе определен круг важнейших элементов ресурсного потенциала: информационный, организационный и инновационный потенциал, управленческий и кадровый потенциал, а также финансовый и технический потенциал.

При этом на первом этапе анализа эксперты, в роли которых выступали ведущие специалисты ООО «Фирма «Руслан», распределили в порядке важности отмеченные ресурсные компетенции, давая наиболее значимой из них оценку «7», а наименее важной – оценку «1». Затем сумма баллов важности для каждого параметра (Ci), выставленных экспертами, была соотнесена с общей суммой баллов по всем параметра, что дало возможность определить оценку важности уровня компетенций (xi), показатели которой отражены в таблице 1.

Таблица 1. Ранжирование ресурсных компетенций и определение их весового коэффициента [составлено автором по результатам экспертного опроса]

Эксперты	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	1	2	3	5	7	4	6
2	1	2	5	3	4	6	7
3	2	1	3	4	5	6	7
4	2	1	3	7	5	6	4
5	2	3	4	5	1	7	6
6	1	3	4	5	6	7	2
7	2	3	4	5	1	6	7
8	1	3	2	4	6	5	7
$\sum V_i$	12	18	28	38	35	47	46

$w_i = \frac{\sum V_i}{\sum V}$	0,05	0,08	0,13	0,17	0,16	0,21	0,20

Как показали результаты проведенного опроса наиболее значимыми элементами ресурсного потенциала выявлены финансовый и технический потенциал, наименее значимыми – информационный и организационный.

Следующим этапом данной методики является оценка ранжированных показателей ресурсных компетенций (таблица 2).

Таблица 2. Экспертные оценки параметров ресурсных компетенций ООО «Фирма «Руслан» [составлено автором по результатам экспертного опроса]

ЭЛЕМЕНТ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА		НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕСУРСНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ		
Наименование	Вес (Wi)	Уровень ресурсной обеспеченности	Уровень реализации потенциала	Уровень учета влияния внешних факторов
Информационный	0,05	3; 3,5; 3,5; 3 3; 2,5; 3; 3,5	3,5; 3; 4; 3,5; 3,5; 3,5; 3; 3;	3,5; 4; 3,5; 3,5; 4; 3,5; 3; 3,5;
Организационный	0,08	3; 3,5; 4; 4 3;3,5;3,5;4	3,5; 4; 3,5; 3,5; 4; 3,5; 3,5; 3,5;	3,5; 3; 4; 3,5; 4; 3; 3,5; 3,5;
Инновационный	0,13	3,5; 3,5; 2,5; 3; 3,5; 3,5; 2,5; 3,5;	3; 3; 3,5; 3; 3,5; 3; 3; 3;	3,5; 3,5; 3,5; 3; 2,5; 3,5; 3,5; 4;
Управленческий	0,17	3,5; 2,5; 3,5; 3; 3; 3,5; 3; 3;	3; 3; 3,5; 3; 3,5; 4; 3; 3;	3; 2,5; 3,5; 3,5; 3,5; 3,5; 2,5; 3;
Кадровый	0,16	3,5; 3,5; 4; 4; 4; 3,5; 3,5; 4;	2,5;3,5;3,5;2,5; 3; 3; 3; 3;	3,5; 4; 3,5; 3,5; 3; 3,5; 3,5; 3;
Финансовый	0,20	3,5; 3,5; 4; 3; 3; 3,5; 3,5; 3,5;	4; 3,5; 3; 3,5; 3,5; 3; 4; 3,5;	3; 3,5; 3; 4; 3,5; 3,5; 3; 3,5;
Технический	0,21	3,5; 4; 4; 3,5; 4; 4; 3; 3,5;	2,5; 3; 2,5; 3,5; 2,5; 2,5; 3,5;2,5;	3,5; 4; 3; 3,5; 3; 3; 3; 4;

Данная оценка произведена по трем отмеченным выше параметрам, влияющим на уровень ресурсного потенциала предпринимательской структуры.

Средняя оценка параметров ресурсных компетенций ООО «Фирма «Руслан», полученная по результатам анкетирования восьми экспертов, выставлявших свои оценки по 5-балльной шкале, приведена в таблице 3.

Таблица 3. Средняя экспертная оценка параметров ресурсных компетенций ООО «Фирма «Руслан» [составлено автором по результатам экспертного опроса]

ЭЛЕМЕНТ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА	НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕСУРСНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ			
	Уровень ресурсной	Уровень реализации	Уровень учета	Итоговая оценка

	обеспеченности	потенциала	влияния внешних факторов	
Информационный	3,125	3,37	3,56	3,35
Организационный	3,56	3,62	3,5	3,53
Инновационный	3,19	3,12	3,38	3,28
Управленческий	3,125	3,25	3,12	3,25
Кадровый	3,75	3,0	3,44	3,59
Финансовый	3,44	3,5	3,0	3,22
Технический	3,69	2,88	3,37	3,53
Итоговая оценка	3,41	3,25	3,34	

Результаты анализа проведенных экспертных опросов показали, что степень реализации ресурсного потенциала предпринимательской структуры определяется экспертами анализируемой строительной компании значительно ниже, чем существующий уровень ресурсной обеспеченности (3,25 и 3,34 соответственно). Это говорит о недостаточной задействованности отдельных элементов ресурсного потенциала (в частности, технического и кадрового).

Дальнейшим этапом проводимого нами анализа является оценка ресурсных компетенций с учетом их удельного веса и определение общей оценки уровня реализации компетенций. Результаты нормированной оценки ресурсных компетенций ООО «Фирма «Руслан» приведены в таблице 4.

Таблица 4. Оценка параметров ресурсных компетенций ООО фирма «Руслан» [составлено автором по результатам экспертного опроса]

ЭЛЕМЕНТ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА		НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕСУРСНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ		
Наименование	Вес (Wi)	Уровень ресурсной обеспеченности	Уровень реализации потенциала	Уровень учета влияния внешних факторов
Информационный	0,05	0,156	0,17	0,18
Организационный	0,08	0,275	0,29	0,28
Инновационный	0,13	0,415	0,4	0,44
Управленческий	0,17	0,53	0,55	0,53
Кадровый	0,16	0,6	0,48	0,55
Финансовый	0,20	0,69	0,7	0,6
Технический	0,21	0,76	0,65	0,71
Итоговые результаты	1,00	3,45	3,20	3,28

Результаты проведенной оценки реализации ресурсных компетенций ООО «Фирма «Руслан» подтверждают полученные ранее результаты [2], свидетельствующие о необходимости улучшения управления такими ресурсными компетенциями предпринимательской структуры как технические, кадровые и инновационные. Как показали результаты

проведенной оценки, наблюдается более существенный разрыв между уровнями ресурсной обеспеченности и реализации ресурсного потенциала по сравнению с оценкой, не учитывающей важность элементов ресурсного потенциала (0,25 и 0,17 соответственно). Это показывает, что в компании имеется худший уровень реализации более значимых элементов ресурсного потенциала по сравнению с менее значимыми.

Можно резюмировать, что использование предлагаемого подхода дает возможность провести оценку ресурсного потенциала предпринимательской структуры с учетом таких важнейших факторов, необходимых учитывать при анализе использования ресурсного потенциала, как имеющийся уровень ресурсной обеспеченности элементов потенциала предприятия, уровень реализации потенциала каждого из этих элементов и уровень учета влияния внешней нестабильности на состояние элементов ресурсного потенциала. Данный подход позволяет преодолеть недостатки применяемых сегодня подходов к оценке ресурсного потенциала предпринимательских структур, к которым, как было отмечено, относятся:

-сложность универсального применения многих методик к оценке уровня ресурсного потенциала предприятий различной отраслевой направленности;

-отсутствие комплексного, системного подхода, позволяющего анализировать всю совокупность показателей потенциала, в том числе, имеющих только качественные характеристики;

-слабое отражение нематериальных критериев оценки уровня ресурсной обеспеченности;

-сложность применения на практике из-за отсутствия четко разработанных методик расчета;

-отсутствие учета факторов внешней среды, присущих конкретной отрасли.

Использованные источники:

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. – СПб.: Питер, 2007. – С. 190.

2. Барило Л.В. Ресурсный потенциал динамической устойчивости предпринимательских структур в условиях нестабильной внешней среды (на примере предприятий строительной сферы) – Автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. эконом. наук. – Ростов-на-Дону – 2014. – 25с.

3. Богомолова Е.В., Толстых Т.Н. Идентификация потенциала конкурентоспособности предпринимательских структур как резерва // Вестник ТГУ. – 2011, № 12. – С. 59.

4. Буянова Е. Я. Формирование инвестиционного потенциала промышленного комплекса как основа устойчивого социально-экономического развития региона. Автореферат дисс. … к.э.н. – Челябинск, 2009. – С. 9.

5. Салихов Б. В., Самойлов В. О. Частная собственность как социально-экономическая основа реализации предпринимательского потенциала //

Финансы и кредит. – 2008, № 15. – С. 68.

Барило Л.В., к.э.н.
старший преподаватель
кафедра «Экономики и предпринимательства»
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

УПРАВЛЕНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация: в данной статье речь идет о том, что важнейшее значение в управлении и оптимизации ресурсного потенциала строительного бизнеса приобретают совместные спланированные действия, выраженные в использовании наработанных ресурсные компетенций, результатом которых могут выступать создание бизнес-альянсов предпринимательских структур.

Ключевые слова: бизнес-альянс предпринимательских структур, ресурсный потенциал.

В процессе реализации ключевых компетенций по управлению ресурсным потенциалом динамической устойчивости в рамках обеспечения эффективности его воспроизводства крайне важно учитывать такие свойства ресурсов как взаимозаменяемость и взаимодополняемость, которые предполагают, что уменьшение в системе одного ресурса может быть компенсировано в определенных пропорциях другим ресурсом, что не всегда представляется возможным в организационных рамках обособленной предпринимательской структуры [2].

Поскольку величина ресурсного потенциала предпринимательской структуры непосредственно связана со всеми видами имеющихся ресурсов, расширение определенного вида ресурсов во взаимосвязи с другими является средством реализации целей ее деятельности. Однако зачастую это невозможно без уменьшения потребления других видов ресурсов.

При этом весьма часто предпринимательские структуры не обладают в полной мере всем комплексом ресурсов и ключевых компетенций по их реализации для обеспечения своей устойчивости. Поэтому все чаще в современных условиях обострения внешней нестабильности появляется необходимость объединения ресурсных потенциалов нескольких бизнес-структур с целью обеспечения динамической устойчивости всех участников данного альянса [2].

Альянс предпринимательских структур на основе кооперационных взаимодействий между ними является эффективным способом адаптации к условиям внешней среды, обеспечения успешного продвижения продукции, увеличения объемов продаж и т.д., а, следовательно, и способствует повышению стратегического потенциала предпринимательских структур. При этом один из участников альянса берет на себя осуществление

конкретных функций в рамках реализации той ключевой компетенции по управлению ресурсами, которая в наилучшей степени обеспечена имеющимся у него ресурсным потенциалом.

В этой связи крупная Ростовская строительная компания «Руслан» явилась инициатором создания альянса двух малых предпринимательских структур – ООО «Фасад-Дизайн» и ООО «СК Альпстрой», являющихся субподрядчиками компании.

Целесообразность таких альянсов наиболее очевидна в тех случаях, когда происходит сокращение или переполнение рынков и наблюдается ужесточение спросовых ограничений. Следует отметить, что именно такая ситуация возникла после первого финансового кризиса 2008-2009 гг., и особенно она обострилась в связи с последними событиями на мировой арене в 2014-2015 гг., когда ужесточились барьеры вхождения на рынок, так же как и требования к эффективному функционированию предпринимательских структур на нем.

В связи с этим сформулированная проблема, состоящая в поиске возможных путей увеличения ресурсного потенциала предпринимательских структур как фактора обеспечения их динамической устойчивости, стала особенно актуальной в условиях преодоления кризисных тенденций.

В частности, данное обстоятельство обусловлено следующими соображениями. Для того, чтобы российские предпринимательские структуры могли достаточно четко и продуманно осуществлять политику повышения своей конкурентоспособности необходимо выполнять разработку и внедрение стратегических планов по инновационному развитию.

Данное обстоятельство подчеркивает интерес теоретиков и практиков бизнеса к вопросам разработки и осуществления стратегий инновационного взаимодействия, в том числе, в рамках развития бизнес-партнерства как фактора устойчивого развития предпринимательских структур в современных условиях на базе совместной реализации их ресурсного потенциала[4].

Изучение опыта деятельности предпринимательских структур в строительном комплексе показывает, что комплексная, всесторонняя деятельность по разработке и внедрению инноваций в производственный процесс обычно является весьма затратной.

Деятельность по внедрению новых технологий в строительном комплексе могут сегодня позволить себе только очень крупные и, главное, прибыльные компании.

Для более мелких компаний такая деятельность зачастую является невозможной, так как может привести к значительным ресурсным потерям и снижению эффективности их деятельности [3].

Существующая проблема поиска наиболее эффективных способов и направлений внедрения инноваций может быть в значительной мере решена путем объединения предпринимательских структур в рамках бизнес-

партнерства как при внедрении отдельных инновационных проектов, так и при создании комплексных программ инновационного развития. Создание бизнес-альянса на основе создания такого механизма взаимодействия между предпринимательскими структурами может стать эффективным способом повышения их устойчивости, завоевания новых рынков сбыта, получения дополнительных заказов, а значит и увеличения объемов получаемой прибыли. Рассмотрим более подробно второй способ решения данной проблемы.

Предложенный способ имеет ряд предположений: 1. Распределение затрат, связанных с использованием элементов ресурсного потенциала на основе имеющихся у него ключевых компетенций одной из предпринимательских структур, между всеми членами альянса. 2. Совместное использование ресурса всеми членами альянса. При этом владелец ресурса (i-е предприятие) снижает величину своих затрат (Rar^i) на сумму выплат покупателей ресурса ($\sum_{j=1}^{n} C^j$) – предпринимательских структур - членов альянса (j=1,n); а ресурсы, полученные членами альянса, способствуют увеличению их доходов по нижеприведенным статьям.

Доходы, полученные членами альянса, можно рассматривать по следующим статьям:

- доходы от реализации продукции по более высоким ценам или приобретения сырья по более низким ценам ($P^{j1} - P^{j2}$);

- доходы от совместного использования компетенций ($Q^{j1} + Q^{j2}$) P^j;

- экономия на снижении издержек ($Rar^j - c^j$).

Соответственно, выгода j-го члена альянса отражается переменными v^{j1}, v^{j2}, v^{j3} с учетом произведенных затрат на оплату ресурса c^j:

$$v^{j0} = v^{j1} + v^{j2} + v^{j3} - c^j \qquad (1)$$

Предприятия при этом могут кооперироваться как с точки зрения специализации в соответствие с преимущественным обладанием определенным видом ресурсов, так и с точки зрения частичной компенсации затрат предпринимательской структуре, имеющей наибольший ресурсный потенциал в определенной сфере деятельности.

Необходимо планирование совместных (кооперационных) действий предпринимательских структур с использованием методов финансового менеджмента, позволяющих осуществлять экспресс–анализ последствий принимаемых решений [5].

В целях конкретности изложения рассмотрим лишь одно из возможных направлений совместной деятельности, а именно – кооперирование при внедрении технологической линии по производству такой востребованной на рынке строительной продукции, как производство

фибропенобетона, имея при этом ввиду, что приводимая методика анализа может быть использована и для анализа других направлений совместной деятельности.

Типовые структуры взаимодействия малых и крупных предприятий в рассматриваемой отрасли реализуются обычно системой субконтрактации (субподряда): крупное строительное предприятие выступает генеральным подрядчиком, а мелкие выполняют субподрядные работы, в том числе, серийно производят отдельные виды строительных материалов.

В последнее время все чаще создаются альянсы малых предприятий как по принципу комплектности поставляемой продукции, так и по монопрофильности операций [3].

Однако развитие малых предприятий тормозится целым рядом проблем. Так, например, сравнительно небольшие финансовые возможности таких предпринимательских структур не всегда позволяют им использовать весь набор способов повышения эффективности своей деятельности, в частности, расходовать средства на инновационную деятельность. Именно небольшие предпринимательские структуры, прежде всего, сталкиваются с проблемой доступности инноваций.

Предложенный в работе механизм объединения ресурсных потенциалов предпринимательских структур в строительной сфере базируется на оценке потенциальных затрат и приобретений, так как участие в альянсе имеет смысл лишь в случае появления синергетического эффекта в случае объединения собственных ресурсов предприятия А с ресурсами потенциального партнера по альянсу – предприятия В.

Синергетический эффект будет иметь место в том случае, если предприятия А и В, объединив свои ресурсы, достигнут большего экономического эффекта, чем они имели бы, функционируя порознь [1].

Предложенная в работе схема принятия решения по вступлению фирмы в стратегический альянс базируется на оценке потенциальных затрат и приобретений: участие фирмы в коалиции имеет смысл в том случае, если она приобретет больше, чем потеряет за счет затрат на работу в альянсе.

Использованные источники:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер. – 2009. - 362с.
2. БарилоЛ.В. Формирование механизма оптимизации ресурсного потенциала предпринимательских структур строительного комплекса // Вестник Южно-Российского государственного технического универчситета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. 2012. - №3. - С. 107-114. http://elibrary.ru/item.asp?id=17801103.
3. Кооперация – основа становления рынка транспортно-логистических услуг. Н. Титюхин, Н.Овчаренко. – [Режим доступа]. - www.loginfo.ru/issue/113/979.
4. Современные предприятия: оперативная кооперация в деятельности предприятий. Дм. Иванов. // ж. «Коммерческий директор». – 2012. - № 6. – с78-86.

5. Тренев Н.Н. Управление финансами. – М.: Финансы и статистика, 2012г. - 324с.

Белькова Д.Б.
студент 4 курс
Курбанаева Л.Х., к.э.н.
доцент
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа

ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ»

Аннотация: В статье рассмотрены наиболее значимые показатели анализа финансового состояния предприятия, такие как платежеспособность и ликвидность. Анализ проводится на примере *ООО «*КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ» - Уфимского института по проектированию систем водоснабжения.

Ключевые слова: платежеспособность, ликвидность.

Ликвидность и платежеспособность являются основными показателями финансового состояния предприятия.

Объектом исследования является платежеспособность и ликвидность ООО «КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ».

При выполнении данной работы использовались документы:

Устав *ООО «*КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ»;

Бухгалтерский Баланс *ООО «*КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ».

Ликвидность предприятия - это возможность предприятия покрыть свои платежные обязательства за счет собственных средств (перевод активов в денежную наличность) и за счет привлечения заемных средств со стороны.

Платежеспособность предприятия – это способность субъекта экономической деятельности полностью и срок погашать свою кредиторскую задолженность.

Анализ ликвидности и платежеспособности организации осуществляется на базе (рис 1.)

Рисунок 1. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия

Источник: [1, 26 с.]

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в

порядке убывания ликвидности с обязательствами, по пассиву, сгруппированных по срокам их погашения и расположенных в порядке возростания сроков [1].

Проведем анализ ликвидность баланса *ООО «*КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ». Типичная группировка представлена в нижеприведенной таблице (табл. 1) [2].

Таблица 1

Группировка активов и пассивов баланса для проведения анализа ликвидности

Активы				Пассивы			
Название группы	Обозначение	Тыс. руб	состав	Название группы	Обозначение	Тыс. руб	состав
Наиболее ликвидные активы	А1	7856	стр. 1250 + 1240	Наиболее срочные обязательства	П1	109854	стр. 1520
Быстро реализуемые активы	А2	58049	стр. 1230	Краткосрочные пассивы	П2	5138	стр. 1510 + 1540 + 1550
Медленно реализуемые активы	А3	3826	стр. 1210 + 1220 + 1160 + 1170	Долгосрочные пассивы	П3	615	стр. 1400
Трудно реализуемые активы	А4	95349	стр. 1100	Постоянные пассивы	П4	49490	стр. 1300 + 1530 +1540
Итого активы	ВА	165080		Итого пассивы	ВР	165080	

Из проведенного анализа ликвидность баланса ООО «КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ» мы видим:

1) А1 < П1, это свидетельствует о неплатежеспособности организации на момент составления баланса. У организации недостаточно для покрытия наиболее срочных обязательств абсолютно и наиболее ликвидных активов.

2) А2 > П2, это говорит о том, что быстро реализуемые активы превышают краткосрочные пассивы и организация может быть платежеспособной в недалеком будущем с учетом своевременных расчетов с кредиторами, получения средств от продажи продукции в кредит.

3) А3 > П3 , это неравенство говорит о том, что в будущем при своевременном поступлении денежных средств от продаж и платежей организация может быть платежеспособной на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств после даты составления баланса.

4) А4 > П4, это говорит о том, что баланс предприятия

«КОММУНВОДОКАНАЛ» неликвиден, так как баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняются все четыре неравенства:

$$\begin{cases} A1 \geq П1 \\ A2 \geq П2 \\ A3 \geq П3 \\ A4 \leq П4 \end{cases}$$

Ликвидность баланса на начало анализируемого периода можно охарактеризовать как недостаточную. При этом в ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени организации не удастся поправить свою платежеспособность. Однако следует отметить, что перспективная ликвидность отражает некоторый платежный излишек.

По состоянию на 01.01.2014 г. ситуация не изменилась. Ликвидность баланса также можно охарактеризовать как недостаточную.

Согласно этому Методическому положению анализ и оценка структуры баланса организации проводятся на основе показателей:

– коэффициента текущей ликвидности;
– коэффициента абсолютной ликвидности;
– коэффициент критической ликвидности

– коэффициентов восстановления (утраты) платежеспособности.

Чтобы организация была признана платежеспособной, значения этих коэффициентов должны соответствовать нормативным.

Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал) рассчитывается как отношение наиболее ликвидных активов

– денежных средств и краткосрочных финансовых вложений
– к краткосрочным обязательствам:

$$К_{ал} = \frac{ДС + КФВ}{КО},$$

Где КФВ – краткосрочные финансовые вложения (стр.1240);

ДС – денежные средства (стр.1250);

КО – краткосрочные обязательства (стр.1500).

Нормативное значение коэффициента абсолютной ликвидности составляет не менее 0,2. Это означает, что предприятие должно быть в состоянии погасить не менее 20% обязательств, срок погашения которых составляет менее 1 года [3].

Коэффициент критической ликвидности (Ккл рассчитывается аналогичным образом, но к сумме в числителе добавляется дебиторская задолженность (строка 1230).

$$К_{кл} = \frac{ДС + КФВ + КДЗ}{КО},$$

Где КДЗ – краткосрочная дебеторская задолженность

Данный показатель характеризует платежные возможности предприятия при использовании не только наиболее ликвидных средств, но и при своевременных расчетах с дебиторами. Нормативное значение коэффициента срочной ликвидности составляет 0,7-0,8.

Коэффициент текущей ликвидности (Ктл) рассчитывается как

$$К_{тл} = \frac{ОбА}{КО} = \frac{З + НДС + КДЗ + КФВ + ДС + ПрОбА}{КО},$$

Где ОбА – оборотные активы (стр.1200, итог по разделу 2);

З – запасы (стр.1210);

НДС – НДС по приобретенным ценностям (стр.1220);

ПрОбА – прочие оборотные активы (стр.1260).

Данный коэффициент показывает, во сколько раз величина оборотных средств превышает величину обязательств со сроком погашения менее 1 года. Для того, чтобы предприятие можно было признать платежеспособным, величина коэффициента текущей ликвидности должна составлять не менее 2-х. Если значение данного показателя составляет менее единицы, то существует угроза банкротства предприятия [4].

Проведем анализ коэффициентов платежеспособности ООО «КОММУНВОДОКАНАЛ» за 2014 г. (табл. 2).

Таблица 2

Коэффициенты платежеспособности

Показатель	Значение	Норматив
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,063	0,2
Коэффициент срочной ликвидности	0,535	0,7-0,8
Коэффициент текущей ликвидности	0,566	2
Коэффициент маневренности функционирующего капитала	-0,084	
Коэффициент восстановления платежеспособности	-0.0755	

Кал = (7040+816)/123101 = 0.063

Предприятие «КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ» способно погасить 6.3% обязательств.

Ксл = (7040+816+58049)/123101 = 0.535

Ктл = 69748/123101 = 0.566

Данные финансовые коэффициенты рассчитываются на основе соответствующих статей бухгалтерского баланса (форма № 1).

Значение коэффициента текущей ликвидности на равное 0,566 – очень тревожный для инвесторов и прочих кредиторов факт. Такое значение указывает на то, что оборотные активы организации меньше краткосрочных обязательств. В российской практике финансового анализа нормальным считается значение в диапазоне 2-2,5. Организации необходимо повысить данный показатель.

Для предприятий с неудовлетворительными коэффициентами ликвидности и обеспеченности собственными средствами рассчитывают коэффициент восстановления платежеспособности.

Коэффициент восстановления платежеспособности – это финансовый коэффициент, показывающий возможность восстановления нормальной текущей ликвидности предприятия в течение 6 месяц после отчетной даты.

Коэффициент восстановления платежеспособности = (К1ф 6/Т (К1ф-К1н)) / 2

где:

К1ф – фактическое значение (в конце отчетного периода) коэффициента текущей ликвидности;

К1н – коэффициент текущей ликвидности в начале отчетного периода;

К1норм – нормативное значение коэффициента текущей ликвидности, К1норм=2;

6 - период восстановления платежеспособности в месяцах;

Т - отчетный период в месяцах.

Квп = (0.566+6/12 (0.566 – 2))/2 = -0.0755

получилось значение менее 1 – динамика изменения показателя текущей ликвидности с начала года до отчетной даты показывает, что у предприятия в ближайшее время нет реальной возможности восстановить платежеспособность.

Вывод: Таким образом мы видим что предприятие находится на гране банкротства, ООО «КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ» следует предпринять следующие меры по улучшения важнейших финансовых показателей:

Увеличить долю собственного капитала до, % от всего капитала;

Снизить сумму краткосрочной кредиторской задолженности (например, переведя ее в состав долгосрочной задолженности), на, тыс. руб.;

Увеличить чистую прибыль до, тыс. руб. в год.

Использованные источники:

1. Ворст И., Ревентлоу П, Гиляровская Экономика фирмы. - М., 2014.-26 с.
2. Райс Э. Бухгалтерский учёт и отчётность без проблем: Как читать отчётность компаний и пользоваться ею. - М., 2013.-355 с.
3. Ковалёв В. В., Патров В. В. Как читать баланс. - М., 2012.-115 с.
4. Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности и аудит. - М., 2011.-57 с.

Биктуганова Г.Ф.
студент 4 курс
Курбанаева Л.Х., к.э.н.
доцент
Башкирский государственный университет
Россия, г. Уфа

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЭТО»)

Статья посвящена анализу финансовой устойчивости предприятия ОАО «БЭТО». В статье рассматриваются показатели финансовой устойчивости, анализируется ликвидность баланса, а также приводится рейтинговая оценка финансового состояния предприятия.

Анализ финансовой устойчивости, ликвидность, рентабельность.

Финансовая устойчивость является одной из важнейших характеристик финансового состояния организации с позиции долгосрочной перспективы. Она отражает сбалансированность денежных и товарных потоков, доходов и расходов, средств и источников их формирования и, следовательно, является главной составляющей финансовой стабильности предприятия. Высокая финансовая устойчивость предприятия – это основа и залог не только выживаемости предприятия, она служит обеспечением стабильности деятельности организации на протяжении длительного времени.

Прежде чем приступить к анализу непосредственно финансовой устойчивости предприятия на примере ОАО «БЭТО», целесообразно дать данному предприятию краткую экономическую характеристику.

Коды ОКВЭД 32.20.2, ОКФС 16, ОКОПФ 47 свидетельствуют о том, что анализируемое предприятие является частной собственностью, организовано в форме открытого акционерного общества и занимается производством аппаратуры электросвязи. Ниже в таблице представлена общая информация, касающаяся предприятия:

Полное наименование компании	Открытое акционерное общество "БЭТО"
Сокращенное наименование компании	ОАО "БЭТО"
Юридический адрес	Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Менделеева, 134
Фактический адрес	450022, г. Уфа, ул. Менделеева, 134
Дата государственной регистрации	26.02.2004
ФИО руководителя	Галимов Роберт Ришатович

Открытое акционерное общество «БЭТО» (ОАО «БЭТО») является одним из крупнейших российских производителей телекоммуникационного оборудования. В настоящее время предприятие успешно работает на рынке телекоммуникационного оборудования, изготавливая и поставляя надежные

и качественные системы коммутации и связи, активно участвует в тендерах на получение государственных заказов.

Далее проведем оценку финансового состояния по данным бухгалтерского баланса предприятия, построив сравнительный аналитический баланс.

Данные сравнительного аналитического баланса за 2014 год свидетельствуют о том, что продолжается сокращение внеоборотных активов (если в 2013 году они сократились на 12%, то теперь сокращение составляет 3,5% или 7 613 тыс. руб.). Оборотные активы увеличились на 40 253 тыс. руб. или на 11%. В результате общая стоимость имущества предприятия в 2014 году увеличилась на 32 640 тыс. руб. или на 5,6%, составив к концу года 616 936 тыс. руб.

Увеличение в составе активов произошло лишь по четырем статьям: продолжили расти краткосрочные финансовые вложения (их темп прироста составил 2% в отличие от прироста 99% в прошлом году), запасы (увеличение на 14,1% против сокращения на 59,7% в предыдущем году) и дебиторская задолженность (увеличение на 67,2% против сокращения на 23,5% в предыдущем году), также резко выросли сократившиеся в прошлом году денежные средства и денежные эквиваленты (увеличение составило 4 150 тыс. руб. или 122,9%).

По остальным статьям актива баланса наблюдалось сокращение. Так, продолжили уменьшаться прочие внеоборотные активы (теперь уменьшение составило 80,7% против 84,5% в 2013 году), основные средства (на 1,1% в отличие от сокращения на 13,1% за предыдущий год. Появившиеся в 2013 году нематериальные активы полностью сократились.

В структуре стоимости имущества предприятия продолжилась тенденция, хотя и незначительного, уменьшения удельного веса внеоборотных активов (примерно на 3%) и соответственного увеличения оборотных.

Для наглядности представим структуру активов компании по состоянию на конец 2014 года на диаграмме:

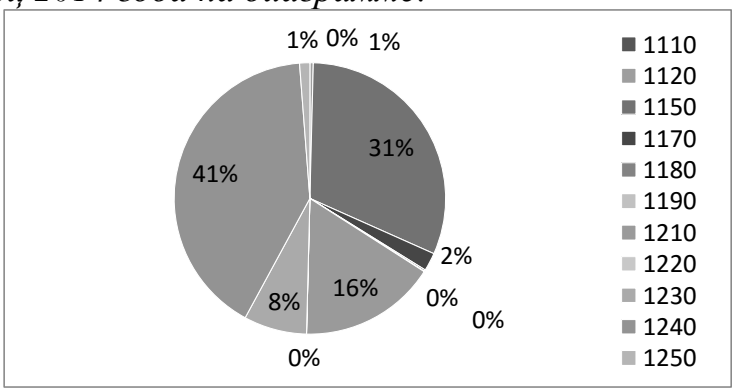


Рис. 1 Структура активов в 2014 году.

Как видно из диаграммы и сравнительного аналитического баланса, около 41% всех активов предприятия в 2014 году составляют краткосрочные финансовые вложения, удельный вес которых по сравнению с 2013 годом

уменьшился на 1,4%. Следующая крупная статья – основные средства, хотя и сократившиеся за анализируемый период, но все же составляющие более 31% всех активов. Чуть более 16% активов составляют запасы, удельный вес которых по сравнению с прошлым годом увеличился на 1,2%. Около 7,5% составляет дебиторская задолженность, увеличившаяся по сравнению с 2013 годом.

Рассмотрим изменения в составе пассивов. За 2014 год наблюдается увеличение резервного капитала (на 5 390 тыс. руб. или почти на 331%) и незначительное увеличение нераспределенной прибыли (на 26 741 тыс. руб. или на 23,1%). Краткосрочные обязательства, состоящие из кредиторской задолженности и заемных средств и сократившиеся в прошлом году почти на 80%, увеличились в этом году на 532 тыс. руб. или 1,5%. Долгосрочные обязательства, по которым сокращение наблюдалось на 92,7% наблюдалось еще в 2013 году, в 2014 году уменьшились на 23 тыс. руб. или на 1,9%.

Теперь рассмотрим структуру пассивов по состоянию на конец 2014 года:

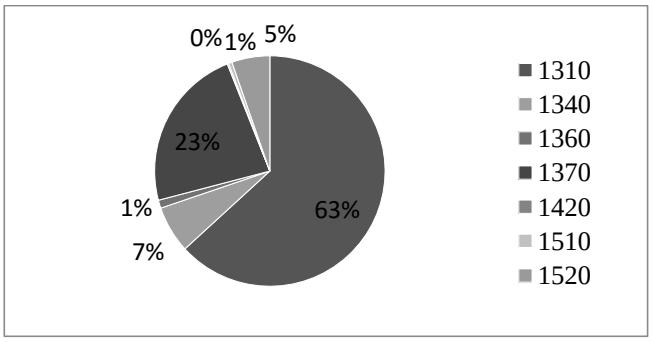


Рис. 2 Структура пассивов в 2014 году.

Как видно из диаграммы, около 63% всех пассивов приходится на уставный капитал, примерно 23% занимает нераспределенная прибыль, доля которой по сравнению с прошлым годом увеличилась на 3,29%. Почти 7% занимает переоценка внеоборотных активов, около 5% приходится на кредиторскую задолженность.

Непосредственно из аналитического баланса за 2014 год можно получить ряд важнейших характеристик финансового состояния организации:

Общая стоимость имущества организации	616 936 тыс. руб.
Стоимость иммобилизованных активов	210 167 тыс. руб.
Стоимость оборотных средств	406 769 тыс. руб.
Стоимость материальных оборотных средств	100 746 тыс. руб.
Величина дебиторской задолженности в широком смысле	46 304 тыс. руб.
Величина финансовых вложений	265 554 тыс. руб.
Сумма свободных денежных средств	7 528 тыс. руб.
Стоимость собственного капитала	579 820 тыс. руб.
Величина собственного оборотного капитала	579 820 тыс. руб. – 210 167 тыс. руб. = 369 653 тыс. руб.
Величина нераспределенной прибыли	142 279 тыс. руб.

Величина заемного капитала	1 169 тыс. руб. + 35 947 тыс. руб. = 37 116 тыс. руб.
Величина перманентного капитала	579 820 тыс. руб. + 1 169 тыс. руб. = 580 989 тыс. руб.
Рабочий капитал	406 769 тыс. руб. - 35 947 тыс. руб. = 370 822 тыс. руб.

Выясним, соответствует ли бухгалтерский баланс предприятия признакам «хорошего» баланса:

1. Валюта баланса к концу 2014 года увеличилась по сравнению с началом на 32 640 тыс. руб. или на 5,6%, что характеризует баланс как «хороший». Хотя нужно отметить, что в прошлом году валюта баланса сократилась на 7,4%.

2. Темпы прироста оборотных активов должны быть выше, чем темпы прироста внеоборотных активов. Но за 2014 год оборотные активы выросли на 11%, а внеоборотные активы предприятия сократились на 3,5%. В прошлом году ситуация была хуже: как оборотные, так и внеоборотные активы предприятия сократились (на 4,4% и 12% соответственно).

3. Величина собственного капитала больше величины заемного капитала (579 820 тыс. руб. > 37 116 тыс. руб.), что соответствует признаку «хорошего» баланса. Темпы прироста собственного капитала должны быть выше, чем темпы прироста заемного капитала. В данном случае собственный капитал вырос на 5,9%.

4. Темпы прироста дебиторской и кредиторской задолженности должны быть примерно одинаковыми. В данном случае это не так: в 2014 году кредиторская задолженность сократилась на 7%, дебиторская задолженность выросла на 67,2%, а в 2013 году сокращались, но разными темпами (кредиторская сократилась на 79,7%, а дебиторская – на 23,5%).

5. Доля собственных оборотных средств в оборотных активах должна быль больше 10%. В данном случае она равна $\frac{\text{с.1300}-\text{с.1100}}{\text{с.1200}} = \frac{579820-210167}{406769} = 90\%$.

6. Статья непокрытый убыток отсутствует, что соответствует «хорошему» балансу.

Таким образом, в целом бухгалтерский баланс предприятия нельзя охарактеризовать как «хороший».

Следующим этапом является оценка финансового состояния организации с позиции краткосрочной перспективы, т.е. анализ ликвидности:

Анализ ликвидности баланса за 2014 год

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода	Платежный излишек или недостаток	
1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6
А1.	250550	259700	П1. Наиболее	35415	32947	215135	226753

Наиболее ликвидные активы			срочные обязательства				
А2. Быстро реализуемые активы	27691	46304	П2. Краткосрочные пассивы	0	3000	27691	43304
А3. Медленно реализуемые активы	88275	100765	П3. Долгосрочные пассивы	1192	1169	87083	99596
А4. Трудно реализуемые активы	217780	210167	П4. Постоянные (устойчивые) пассивы	547689	579820	-329909	-369653

Как видно из расчетов, все четыре неравенства выполняются, что свидетельствует об идеальном соотношении активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения. Таким образом, баланс предприятия на 2014 год является абсолютно ликвидным.

Несмотря на то, что проведенный выше анализ ликвидности баланса является приближенным, можно сделать вывод, что к концу отчетного года предприятие финансово устойчиво. Предприятие кредитоспособно, т.е. способно своевременно и в полной мере рассчитываться по своим обязательствам.

Теперь проведем анализ состава и структуры доходов, расходов и прибыли ОАО «БЭТО».

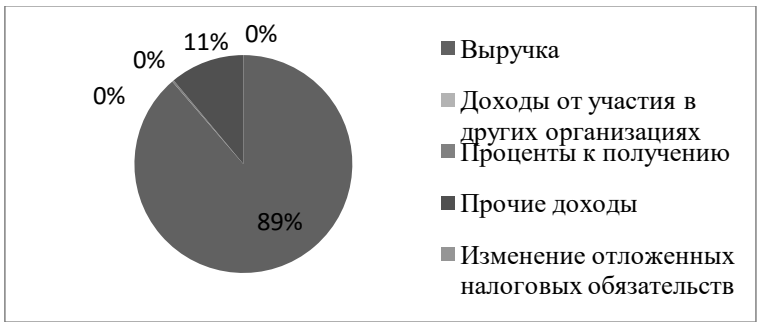


Рис. 3 Структура доходов ОАО «БЭТО» за 2014 год.

Как видно из диаграммы, выручка предприятия за 2014 год составила только 89% всех доходов организации, а 11% приходится на прочие доходы. Остальные элементы доходов незначительны.

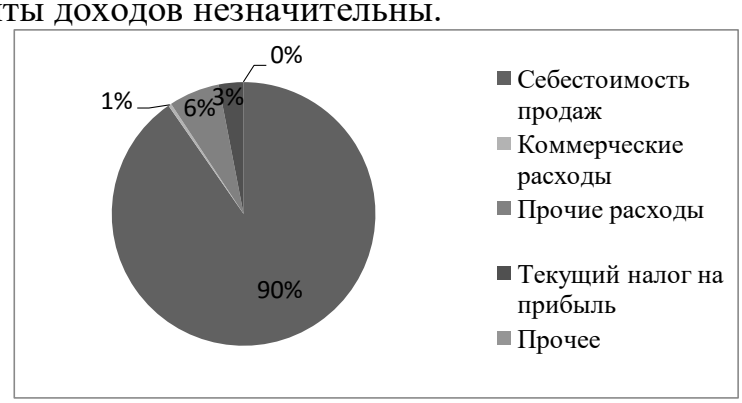


Рис. 4 Структура расходов ОАО «БЭТО» за 2014 год.

В структуре расходов предприятия 90% занимает себестоимость продаж, 6% приходится на прочие расходы и около 3% - на текущий налог на прибыль. Удельный вес остальных расходов незначителен.

И наконец, оценим динамику основных финансово-экономических показателей:

Динамика основных финансово-экономических показателей за 2012-2014 гг.

Показатели	Нормативные значения	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Рентабельность реализации, %		-0,8	-4,96	10,6
Рентабельность затрат, %		-0,8	-4,7	11,9
Рентабельность активов, %		0,07	17,7	5,3
Рентабельность собственного капитала, %		0,09	21,8	5,7
Рентабельность заёмного капитала, %		0,2	94,8	87,2
Коэффициент автономии	$0,4 \leq U_3 \leq 0,6$	0,7	0,94	0,94
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2 – 0,7	0,73	7,07	7,2
Коэффициент срочной ликвидности	0,7 – 1,0	0,94	7,86	8,51
Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	1,0 – 3,5	2,19	10,35	11,32
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственным оборотным капиталом	$L_7 \geq 0,1$	0,5	0,9	0,91
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов		47,2	65	61,14
Срок оборота дебиторской задолженности		61,7	47,2	56,3
Срок оборота кредиторской задолженности		327,4	155,2	52,1
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала		0,39	0,49	0,42

Согласно алгоритму анализа финансовой устойчивости, рассмотренному в главе 1 данной курсовой работы, начинаем анализ с оценки абсолютных показателей финансовой устойчивости. Результаты расчетов представлены в таблице ниже:

Абсолютные показатели финансовой устойчивости для ОАО «БЭТО»

Показатели	2012 год	2013 год	2014 год
Запасы и затраты (ЗЗ)	219032	88275	100765
Собственные оборотные средства (СОС)	192304	329909	369653
Собственные и долгосрочные источники формирования запасов и затрат (СДИ)	208547	331101	370822
Общие источники формирования запасов и затрат (ОИЗ)	208547	331101	373822
ΔСОС	-26728	241634	268888
ΔСДИ	-10485	242826	270057
ΔОИЗ	-10485	242826	273057

Как видно из таблицы, расчеты показывают, что в 2012 году для

предприятия были характерны значительные недостатки собственных оборотных средств, собственных и долгосрочных источников формирования запасов и затрат и общей величины основных источников для формирования запасов и затрат. Т.е. финансовое состояние предприятия можно было назвать кризисным (4 тип финансовой устойчивости), что могло выразиться в просроченных ссудах банкам, просроченной задолженности поставщикам и подрядчикам, по налогам и сборам, задержках в оплате труда и т.д. Величина запасов была слишком велика: 219 032 тыс. руб. в 2012 году.

К концу 2014 года уровень запасов был снижен до 100 765 тыс. руб., т.е. более чем на 60%, в свою очередь, собственные оборотные средства выросли на 77% по сравнению с 2012 годом, общие источники формирования запасов и затрат – на 62%. В результате, в конце 2014 года для ОАО «БЭТО» стала характерна абсолютная финансовая устойчивость (1 тип финансовой устойчивости). Т.е. все запасы полностью покрываются собственными оборотными средствами, и предприятие является независимым от внешних кредиторов. Стоит отметить, что такая ситуация на практике встречается крайне редко и вряд ли может рассматриваться как идеальная, поскольку это означает, что руководство компании по каким-то причинам не желает или не имеет возможности использовать внешние источники средств для основной деятельности.

Кроме абсолютных показателей финансовую устойчивость предприятия характеризуют и относительные показатели:

Относительные показатели финансовой устойчивости ОАО «БЭТО»

Наименование показателя	Способ расчета	Нормативные значения	Фактические данные		
			2012 год	2013 год	2014 год
Коэффициент капитализации	$U_1 = \frac{ЗК}{СК} = \frac{с.1400 + с.150}{с.1300}$	$U_1 \leq 1$	0,43	0,07	0,06
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	$U_2 = \frac{СОС}{ОА} = \frac{с.1300 - с.110}{с.1200}$	$U_2 \geq 0,1$	0,5	0,9	0,91
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	$U_3 = \frac{СК}{ВБ} = \frac{с.1300}{с.1600}$	$0,4 \leq U_3 \leq 0,6$	0,7	0,94	0,94
Коэффициент финансирования	$U_4 = \frac{СК}{ЗК} = \frac{с.1300}{с.1400 + с.150}$	$U_4 \geq 1$	2,3	14,96	15,62

Коэффициент финансовой устойчивости	$U_5 = \frac{СК + ДП}{ВБ} = \frac{с.1300 + с.140}{с.1600}$	$U_5 \geq 0,6$	0,72	0,94	0,94
Коэффициент маневренности собственного капитала	$U_6 = \frac{СОС}{СК} = \frac{с.1300 - с.110}{с.1300}$	$U_6 \geq 0,5$	0,44	0,6	0,64

Таким образом, анализ относительных показателей финансовой устойчивости показал, что предприятие является финансово устойчивым в долгосрочной перспективе и финансово независимым, финансируя 91% всех оборотных активов за счет собственных источников.

Наконец, проведем рейтинговую оценку финансового состояния предприятия по методике Донцовой. В результате выяснилось, что:

В 2014 же году финансовая устойчивость предприятия улучшилась, и ОАО «БЭТО» стало относиться к I классу организаций – организациям, чьи кредиты и обязательства подкреплены информацией, позволяющей быть уверенными в возврате кредитов и выполнении других обязательств в соответствии с договорами с хорошим запасом на возможную ошибку.

Использованные источники:

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия.
2. Курбанаева Л.Х. Лекции по финансовому анализу.
3. Информация с официального сайта ОАО «БЭТО». URL: http://www.oaobeto.ru/

Богатова М.А.
магистрант
институт заочного и открытого образования
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
Россия, г. Москва

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДРАТЫ ОТЧЕТНОСТИ, ЗАРУБЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА , НЕДОСТАТКИ

Аннотация: Цель статьи заключается в обобщении и систематизации наиболее важных проблем и перспектив, связанных с интегрированием российской систему учета и отчетности на международные стандарты.

Планом Минфина России по развитию бухгалтерского учета предусмотрено приведение российских учетных нормативных документов в соответствие с Международными стандартами финансовой отчетности. В связи с этим особую актуальность приобретает исследование современных проблем и перспектив соотношения систем отечественных и международных бухгалтерских стандартов как негосударственного, так и

общественного (государственного) секторов. В статье проанализирована часть проблем и перспектив изменения указанного соотношения в будущем. При этом будет сделан акцент на наиболее распространенных бухгалтерских стандартах – стандартах негосударственного сектора.

Ключевые слова: Международные стандарты финансовой отчетности, МСФО(IAS),МСО, ПБУ.

UDS 657.01

Bogatova Maria Andreevna
Undergraduate of institute of the correspondence and open education
"Financial University under the Government of the Russian Federation",
Moscow, Russia

INTERNATIONAL STANDRAT OF THE REPORTING, FOREIGN SYSTEMS OF ACCOUNTING AND REPORTING, ADVANTAGE, SHORTCOMINGS

Abstract: The goal of the article lies in generalization and systematization of the most important problems and prospects associated with the integration of the Russian system of accounting and reporting to international standards. The plan of the Ministry of Finance on the development of accounting provides for the conversion of Russian accounting regulations in accordance with International financial reporting standards. In this regard, of particular urgency is the study of contemporary problems and perspectives of the ratio of domestic systems and international accounting standards as private and public (state) sectors. The article analyzes the problems and prospects of change of the above ratio in the future. This will focus on the most common accounting standards - the standards of the private sector.

Keywords: International Financial Reporting Standards, IFRS (IAS), MSO, AR.

Внедрение международных стандартов финансовой отчетности - трудный процесс для любой страны. Однако Россия следует по опыту стран Европейского союза (ЕС), что позволяет ей эффективно применять их опыт. Необходимо понимать, что переход на МСФО не призван стать решением проблем и последним пунктом в процессе развития отчетности в отечественной систему учета. Можно сказать, что это отправная точка, которая позволяет сблизить российскую систему учета и отёчности с требованиями МСФО и приводит страну к достижению профессиональным сообществом согласия использования единых стандартов, что необходимо в подготовке информации о группах компаний, действующих в разных странах [3 ,с. 10].

Наиболее важными преимуществами МСФО в отношении российских стандартов бухгалтерского учета (РСБУ) является то, что они позволяют увидеть более точную и полную картину изменений

организации. По этой причине западные инвесторы, более привлекательные для финансирования проектов в отношении, чем в России, требуют данные, подготовленные в соответствии МСФО. Кроме того, что российские компании постепенно переходят к тому, что строят свой бухгалтерский учет, ориентируясь на международную практику. Поэтому они, с одной стороны, позволяют менеджменту предприятия получать более наглядную систему информации о деятельности компании, а с другой – упрощают составление отчетности для публикации [2, с. 5].

В настоящее время в стандарты, действующие на территории России, не вошли так называемые необязательные компоненты выпуска стандартов, а именно: основы для выводов, руководства для применения, иллюстративные примеры. Эти необязательные компоненты не являются неотъемлемой частью стандартов и не обязательны для применения, что четко указано в пункте 9 МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки». Однако в них содержится полезная информация, позволяющая глубже понимать требования стандартов. Так, например, МСФО (IAS) 1 и (IAS) 7 «Отчет об изменениях в финансовом положении» на английском языке содержат необязательные компоненты - иллюстративные примеры отчетных форм.

Перспективами развития МСФО в России является все большая адаптация российских предприятий на международные нормативных документов к западным стандартам. Так внесены изменения в ряд ПБУ, разработан новый ПБУ 23/2014 , отражающий порядок формирования и отражения денежных потоков в отчетности компаний., внесены изменения в методы и оценки ряда активов предприятий, приближенные к требованиям МСФО.

Однако имеется и ряд проблем адаптации российской системы учета к требованиям МСФО. В большей степени это заметно на примере малых и средних фирм, в которых отсутствуют многие понятия из системы МСФО - такие как., гудвилл, оценочные обязательства и прочие.

В таблице 1 проведем анализ современного соотношения систем российских и Международных стандартов финансовой отчетности [6 ,с. 42].

Таблица 1

Современное соотношение составных частей РНБУ и МСФО

Составные части МСФО для МСО	Составные части РНБУ для малых организаций
-	Закон «О бухгалтерском учете»
Стандарт для малых и средних организаций, включающий 35 разделов	-

-	Рекомендации по ведению бухгалтерского учета малыми организациями

На основании данных, представленных в таблице 1, можно наблюдать, что состав элементов систем РНБУ и МСФО в настоящее время существенно отличается. При этом, в отличие от систем отечественных нормативных документов по бухгалтерскому учету Минфином России пока не опубликованы проекты новых учетных нормативных документов. В литературе можно встретить различные точки зрения по данному вопросу. Так, например, некоторые исследователи [1] высказываются за создание отдельного ПБУ для ранее названных организаций. Другие ученые [3] предлагают утвердить целый комплект бухгалтерских стандартов для малых и средних организаций.

Так же имеются сложности в адаптации российской системы учета к МСФО в разрезе оценки и учета активов компаний. Так в практической деятельности экономических субъектов имеет место проблема достоверности данных бухгалтерской (финансовой) отчетности , что связано с неэффективностью применяемой оценки МПЗ. Указанная проблема может быть решена путем создания резерва под снижение стоимости МПЗ, который, являясь согласно Положения по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» (ПБУ 21/2008) оценочным значением, регулирует числовой показатель «запасы» в форме «Бухгалтерский баланс», которая, в соответствии с п. 35 ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», должна содержать данные в нетто-оценке.

Однако проблема заключается в том, что если МСФО обязывают бухгалтерскую службу организации создавать резерв в установленных случаях, то РСБУ в подобной ситуации предоставляют такое право, которое используется при ведении бухгалтерского учета МПЗ хозяйствующими субъектами довольно редко. Это обусловлено тем, что расходы, связанные с формированием резерва под снижение стоимости материальных ценностей, не предусмотрены гл. 25 «Налог на прибыль организаций» Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ).

Необходимо отметить, что создание документов , адаптирующих российскую систему учета под требования МСФО должно соответствовать требованиям Закона «О бухгалтерском учете». Для разработки не могут быть учтены при определении налогооблагаемой базы по налогу на прибыль. В то же время процедуры формирования данного резерва и его учета отличаются значительной затратностью и трудоемкостью.

Дружиловская Т.Ю [3] представляет собственную точку зрения по данному дискуссионному вопросу, полагая что для организаций разных размеров целесообразно было бы разработать систему отдельных федеральных стандартов бухгалтерского регламентаций каждого из

федеральных стандартов малых и средних организаций в качестве основы целесообразно было бы использовать требования соответствующего раздела МСФО для МСО (приложение 1).

Автор обращает внимание на то, что предложенный комплект стандартов, не является копией перечня разделов МСФО для МСО. Так, например, как видно из приложения, в систему российских стандартов для организаций не представляется необходимым вводить стандарт, аналогичный разд. 35 МСФО для МСО. Вместо шести разделов МСФО для МСО целесообразной является разработка одного отечественного стандарта «Представление финансовой отчетности» на основе объединения регламентаций перечисленных международных разделов.

Аналогично представляется возможным автор предлагает создать один стандарт «Финансовые инструменты», используя при этом в качестве основы требования двух международных разделов.

Необходимо отметить, что поскольку с точки зрения рациональности для ряда организаций может оказаться целесообразным использование различных вариантов ведения бухгалтерского учета, то желательной является разработка трех систем российских федеральных стандартов:

1) для малых организаций
2) для средних организаций.
3) для крупных организаций.

Подобное деление систем стандартов было бы полезно и при совершенствовании системы Международных стандартов финансовой отчетности. То есть в систему МСФО целесообразно было бы ввести разные системы стандартов для малых. средних крупных организаций. Вместе с тем существенным препятствием при этом, безусловно, будут являться значительные затраты на создание отдельных систем стандартов для различных категорий организаций.

Подводя итоги, необходимо отметить, что все системы российских и Международных стандартов финансовой отчетности непрерывно развиваются и в будущем неизбежно появление новых стандартов, а возможно, и новых систем стандартов.

При этом важно понимать, что переход на Международные стандарты финансовой отчетности не решит все проблем бухгалтерского учета и финансовой отчетности. МСФО - можно представить как соглашение, принятое разными странами о единстве учетных стандартов в практике ряда компаний, которые, в первую очередь обязывают компанию правильно применять требования стандартов и, во-вторых, нуждаются в регулярном совершенствовании. Существует необходимость обеспечения методической поддержкой стандартов и разъяснений МСФО, в том числе посредством признания на территории РФ так называемых необязательных компонентов выпуска стандартов и разъяснений (основ для выводов, руководств для применения, иллюстративных примеров). Однако последние еще не введены в информационное поле РФ в официальном

порядке. Также необходимо создать условия, которые позволят российским специалистам принять участие в обсуждении будущего международных стандартов.

Таким образом, несмотря на адаптацию российской системы учета к требованиям МСФО в настоящее время существует ряд отличий и противоречий. Поскольку большая часть пользователей отчетности заинтересованы в формировании системы учета в соответствии с международными стандартами, необходимо проработать все элементы и методы учета, а также наиболее безболезненный вариант переходы российских организаций на МСФО.

Использованные источники:

1. Гетьман В.Г. Резервы совершенствования бухгалтерского учета и отчетности коммерческих организаций в России // Международный бухгалтерский учет. 2012. N 41. С. 22 - 34.
2. Дружиловская Т.Ю. Отчеты о финансовом положении и результатах деятельности организаций в свете современных требований российских и международных стандартов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2011. N 3-1. С. 222 - 229.
3. Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С. Новые правила формирования отчета о финансовых результатах некоммерческих организаций и их ожидаемые изменения // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2013. N 13. С. 14 - 22.
4. Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С. Реформирование системы нормативного регулирования российского бухгалтерского учета на основе МСФО // Международный бухгалтерский учет. 2014. N 19. С. 2 - 18.
5. Дружиловская Э.С. Совершенствование методики бухгалтерской оценки основных средств // Международный бухгалтерский учет. 2012. N 32. С. 8 - 17.
6. Дружиловская Э.С. Современные проблемы оценки запасов в РСБУ и МСФО и пути их решения // Международный бухгалтерский учет. 2013. N 38. С. 42 - 54.

References

1. Getman V. G. Reserves of improvement of accounting and the reporting of the commercial organizations in Russia//the International accounting. 2012. N 41. Page 22 - 34.
2. Druzhilovskaya T.Yu. Reports on a financial position and results of activity of the organizations in the light of modern requirements of the Russian and international standards//the Bulletin of the Nizhny Novgorod university of N. I. Lobachevsky. 2011. N 3-1. Page 222 - 229.
3. Druzhilovskaya T.Yu., Druzhilovskaya E.S. New rules of formation of the report on financial results of non-profit organizations and their expected changes//Accounting in the budgetary and non-profit organizations. 2013. N 13. Page 14 - 22.

4. Druzhilovskaya T.Yu., Druzhilovskaya E.S. Reforming of system of standard regulation of the Russian accounting on the basis of IFRS//the International accounting. 2014. N 19. Page 2 - 18.
5. Druzhilovskaya E.S. Improvement of a technique of an accounting assessment of fixed assets//International accounting. 2012. N 32. Page 8 - 17.
6. Druzhilovskaya E.S. Modern problems of an assessment of stocks in RAS and IFRS and a way of their decision//the International accounting. 2013. N 38. Page 42 - 54.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Рекомендуемая система российских федеральных стандартов бухгалтерского учета для малых и средних организаций и основа для ее разработки

N стандарта	Предлагаемые федеральные стандарты бухгалтерского учета для малых и средних организаций	МСФО для МСО как основа для разработки российских стандартов		
	Название стандарта	N раздела	Российское название раздела МСФО для МСО	Английское название раздела МСФО для МСО
1	Характеристика малых и средних организаций	1	Малые и средние организации	Small and Medium-sized Entities
2	Концепции и основные принципы	2	Концепции и основные принципы	Concepts and Pervasive Principles
3	Представление финансовой отчетности	3	Представление финансовой отчетности	Financial Statement Presentation
		4	Отчет о финансовом положении	Statement of Financial Position
		5	Отчет о совокупном доходе и отчет о прибылях и убытках	Statement of Comprehensive Income and Income Statement

		6	Отчет об изменениях в капитале и Отчет о совокупном доходе и нераспределенной прибыли	Statement of Changes in Equity and Statement of Comprehensive Income and Retained Earnings
		7	Отчет о движении денежных средств	Statement of Cash Flows
		8	Примечания к финансовой отчетности	Notes to the Financial Statements
4	Консолидированная и отдельная финансовая отчетность	9	Консолидированная и отдельная финансовая отчетность	Consolidated and Separate Financial Statements
5	Учетная политика, оценки и ошибки	10	Учетная политика, оценки и ошибки	Accounting Policies, Estimates and Errors
6	Финансовые инструменты	11	Основные финансовые инструменты	Basic Financial Instruments
		12	Прочие финансовые инструменты	Additional Financial Instruments Issues
7	Запасы	13	Запасы	Inventories
8	Инвестиции в ассоциированные предприятия	14	Инвестиции в ассоциированные предприятия	Investments in Associates
9	Инвестиции в совместную деятельность	15	Инвестиции в совместную деятельность	Investments in Joint Ventures
10	Инвестиционная недвижимость	16	Инвестиционная недвижимость	Investment Property
11	Основные	17	Основные	Property, Plant and Equipment

	средства		средства	
12	Нематериальные активы, за исключением деловой репутации	18	Нематериальные активы, за исключением гудвилла	Intangible Assets other than Goodwill
13	Объединения бизнеса и деловая репутация	19	Объединения бизнеса и гудвилл	Business Combinations and Goodwill
14	Аренда	20	Аренда	Leases
15	Оценочные обязательства и условные события	21	Оценочные обязательства и условные события	Provisions and Contingencies
16	Обязательства и капитал	22	Обязательства и капитал	Liabilities and Equity
17	Выручка	23	Выручка	Revenue
18	Государственные субсидии	24	Государственные субсидии	Government Grants
19	Затраты по займам	25	Затраты по займам	Borrowing Costs
20	Выплаты, основанные на акциях	26	Выплаты, основанные на акциях	Share-based Payment
21	Обесценение активов	27	Обесценение активов	Impairment of Assets
22	Вознаграждения работникам	28	Вознаграждения работникам	Employee Benefits
23	Налог на прибыль	29	Налог на прибыль	Income Tax
24	Пересчет операций в иностранной валюте	30	Перевод (пересчет) операций в иностранной валюте	Foreign Currency Translation
25	Гиперинфляция	31	Гиперинфляция	Hyperinflation
26	События после окончания	32	События после окончания	Events after the End of the Reporting Period

	отчетного периода		отчетного периода	
27	Раскрытие информации о связанных сторонах	33	Раскрытие информации о связанных сторонах	Related Party Disclosures
28	Специализированная деятельность	34	Специализированная деятельность	Specialised Activities
...	-	35	Переход на МСФО для малых и средних организаций	Transition to the IFRS for SMEs

Богданова Е.Н.
доцент
кафедра менеджмента
Боровиков С.А.
студент 6 курса
специальность «Менеджмент организации»
Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова
Россия, г. Северодвинск

ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

В настоящий момент среди значительного числа проблем, существующих в сфере жилищно-коммунального хозяйства, вопросы качественного и эффективного управления жилищным фондом, особенно многоквартирными домами, выходят на первое место. Это подтверждается и постоянно увеличивающимся числом обращений граждан в государственные и муниципальные органы власти по вопросам управления и эксплуатации (содержания) многоквартирных домов.

Согласно Жилищному кодексу Российской Федерации, собственники помещений в многоквартирном доме обязаны выбрать один из способов управления: непосредственное управление собственниками помещений в многоквартирном доме; управление товариществом собственников жилья либо жилищным или иным потребительским кооперативом; управление управляющей организацией [1].

Таким образом, управление многоквартирным жилищным фондом можно рассматривать как трехуровневую систему: собственники жилого дома; управляющие организации; подрядные организации, обеспечивающие

предоставление товаров, работ и услуг, необходимых для исполнения обязанностей по управлению жилым домом.

Выбор способа управления общим имуществом в многоквартирном доме осуществляется на общем собрании собственников помещений и может быть изменен ими в любое время. Решение общего собрания о выборе способа управления является обязательным для всех собственников помещений. Если собственниками помещений в течение года не выбран способ управления домом, или если принятое решение не было реализовано, то орган местного самоуправления в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, проводит открытый конкурс по отбору управляющей организации. При этом многоквартирный дом может управляться только одной организацией. Собственники помещений обязаны заключить договор управления этим домом с управляющей организацией, выбранной по результатам конкурса. После завершения указанных процедур орган местного самоуправления снимает с себя функции управления многоквартирными жилыми домами и передает их управляющим организациям.

Управление через ТСЖ или ЖСК предполагает наличие в его руководстве квалифицированных специалистов, знающих строительные, технологические, сметные и другие нормы и способных привлекать на договорной основе обслуживающие организации.

Наиболее эффективным способом управления многоквартирным домом является привлечение профессиональной управляющей организации, которая, в свою очередь, на конкурсных условиях для оказания отдельных видов услуг привлекает специализированные жилищно-эксплуатационные, коммунальные, ремонтные, строительные и другие организации. При этом способе управления происходит полное разделение функций собственника, управляющей организации и исполнителей ЖКУ, создается конкурентная среда и система договорных отношений.

Управление многоквартирным домом должно обеспечивать благоприятные и безопасные условия проживания граждан, надлежащее содержание и ремонт общего имущества в многоквартирном доме, решение вопросов пользования указанным имуществом, а также предоставление коммунальных услуг гражданам, проживающим в таком доме [1].

Одной из задач деятельности управляющей компании является предоставление потребителям коммунальных услуг надлежащего качества, то есть отвечающих требованиям Правил предоставления коммунальных услуг гражданам [3], санитарным и техническим требованиям к режиму, объему и качеству предоставления коммунальных услуг, иным требованиям законодательства Российской Федерации, а также договору, заключаемому исполнителем в соответствии с законодательством Российской Федерации и содержащему условия предоставления коммунальных услуг.

При предоставлении коммунальных услуг должны быть обеспечены: бесперебойная подача в жилое помещение коммунальных ресурсов

надлежащего качества в объемах, необходимых потребителю; бесперебойное отведение из жилого помещения бытовых стоков; бесперебойное отопление жилого помещения в течение отопительного периода в зависимости от температуры наружного воздуха.

По договору управления многоквартирным домом одна сторона (управляющая организация) по заданию другой стороны (объединения собственников помещений) в течение согласованного срока за плату обязуется самостоятельно или с привлечением специализированных организаций оказывать услуги и выполнять работы по надлежащему содержанию и ремонту общего имущества в таком доме, предоставлять коммунальные услуги собственникам помещений и пользующимся помещениями в этом доме лицам, осуществлять иную, направленную на достижение целей управления многоквартирным домом деятельность. Договор может быть заключен на срок от 1 года до 5 лет.

С организационной точки зрения, управляющая компания является посредником между множеством собственников многоквартирного жилого дома и лицами, оказывающими услуги по содержанию и обслуживанию многоквартирного жилого дома, а также оказывающими услуги по поставке коммунальных ресурсов. Основной функцией управляющей компании является выполнение функций единого заказчика, действующего в качестве консолидированного представителя всех собственников, перед поставщиками и подрядчиками и, одновременно, консолидированного представителя всех лиц оказывающих услуги по поставке коммунальных ресурсов и услуг перед лицом собственников дома. В данном аспекте создание управляющей компании обусловлено невозможностью заключения и исполнения множества договоров каждым собственником с каждым поставщиком и подрядчиком [4, с. 130]. В связи с этим, обязанность по оплате за поставленные коммунальные услуги в полном объеме ложится на управляющую компанию. В свою очередь, обязанность по оплате коммунальных услуг у непосредственного потребителя (собственников и нанимателей) возникает только перед управляющей компанией и вытекает только из договора управления.

С экономической точки зрения, управляющая компания осуществляет аккумулирование денежных средств собственников многоквартирного жилого дома, направляемых на расчеты с поставщиками, содержание и ремонт, а также организует управление денежными потоками. Одной из основных функций управляющей компании является учет, контроль и организация расчетов с поставщиками и подрядчиками, включая поставщиков коммунальных ресурсов.

В.Б. Зотов считает, что самые сложные проблемы для органов местного самоуправления связаны с регулированием деятельности МУП, обладающих муниципальным имуществом на праве хозяйственного ведения. В большинстве муниципальных образований они обеспечивают оказание населению значительной части муниципальных услуг в коммунальном

комплексе и городском транспорте. Во многих муниципальных образованиях МУП действуют также в сферах: здравоохранения (аптеки), культуры (кинотеатры), массовой информации (газеты, теле- и радиокомпании) и др. Некоторые из них являются местными монополистами [2, с. 297].

Муниципальное образование не несет ответственности по обязательствам МУП, за исключением случаев, если несостоятельность (банкротство) такого предприятия вызвана собственником его имущества. МУП не вправе продавать принадлежащее ему недвижимое имущество, сдавать его в аренду, отдавать в залог, вносить в качестве вклада в уставный капитал хозяйственного общества или товарищества или иным способом распоряжаться таким имуществом без согласия органа местного самоуправления. МУП ежегодно перечисляет в местный бюджет установленную собственником часть прибыли, остающейся в его распоряжении после уплаты налогов и иных обязательных платежей, а остальную часть вправе использовать по своему усмотрению.

Одним из основных компонентов управления многоквартирными домами является организация системы оплаты за жилое помещение и коммунальные услуги.

Наниматели жилых помещений в государственном или муниципальном жилищном фонде вносят плату за пользование жилым помещением (за наем), плату за содержание и текущий ремонт жилого помещения и общего имущества дома, включая расходы по управлению многоквартирным домом, и плату за коммунальные услуги. Капитальный ремонт общего имущества в многоквартирном жилом доме производится за счет собственника.

Собственники жилых помещений в многоквартирных жилых домах в отличие от нанимателей не вносят плату за наем, но оплачивают расходы по капитальному ремонту общего имущества дома, а также облагаются уплатой налога на имущество физических лиц.

Плата за жилое помещение и коммунальные услуги для собственника помещения в многоквартирном доме включает в себя: плату за содержание и ремонт жилого помещения, включающую в себя плату за услуги и работы по управлению многоквартирным домом, содержанию, текущему и капитальному ремонту общего имущества в многоквартирном доме; плату за коммунальные услуги.

В целях гарантирования возмещения убытков, связанных с утратой (разрушением) или повреждением жилых помещений, может осуществляться страхование жилых помещений в соответствии с законодательством.

Собственники жилых домов несут расходы на их содержание и ремонт, а также оплачивают коммунальные услуги в соответствии с договорами, заключенными с лицами, осуществляющими соответствующие виды деятельности.

Плата за коммунальные услуги включает в себя плату за холодное и горячее водоснабжение, водоотведение, электроснабжение, газоснабжение (в том числе поставки бытового газа в баллонах), отопление (теплоснабжение, в том числе поставки твердого топлива при наличии печного отопления).

Плата за содержание и ремонт жилого помещения устанавливается собственниками помещений путем голосования на общем собрании в размере, обеспечивающем содержание имущества в соответствии с требованиями законодательства, а также в зависимости от качества и благоустройства жилого помещения и месторасположения дома. Для муниципального жилищного фонда размер платы за наем, содержание и ремонт жилых помещений устанавливается органами местного самоуправления. Органы местного самоуправления и управляющие организации обязаны предоставлять гражданам по их запросам информацию об установленных ценах и тарифах на отдельные виды услуг и работ.

Плата за услуги по содержанию и ремонту общего имущества собственников помещений многоквартирного дома формируется в расчете на год и предъявляется населению в течение года равными платежами. Размер такой платы устанавливается на общем собрании собственников помещений и закрепляется в договоре управления. Плата за коммунальные услуги в условиях отсутствия поквартирных приборов учета (а таких квартир большинство) также фиксирована в течение года. Отношения между управляющей компанией и подрядчиками/поставщиками строятся на договоре субподряда. Все платежи граждан аккумулируются на счетах управляющей компании, которая оставляет у себя заранее оговоренную с собственниками помещений сумму управленческих услуг, а также разницу между суммами, собранными с населения, и суммами, направленными на расчеты с поставщиками/подрядчиками.

Важную роль в организации платежей населения за ЖКУ играют единые информационно-расчетные центры. Это специализированные информационно-вычислительные организации, осуществляющие деятельность по обработке и сбору платежей граждан. Они могут создаваться органами местного самоуправления в форме муниципальных учреждений или хозяйственных обществ. При этом обеспечивается требование Жилищного кодекса Российской Федерации о пообъектном учете расходов и доходов по каждому многоквартирному дому. На каждый дом открывается субсчет, на который перечисляются платежи граждан за оплату ЖКУ [2, с. 182]. Деятельность таких центров обеспечивает гарантированный сбор, контроль и ускорение поступления денежных средств на расчетные счета исполнителей ЖКУ, с учетом качества и доли услуги, оказанной данным поставщиком, а также позволяет выстроить систему управления финансовыми и информационными потоками, позволяющую в оперативном режиме принимать управленческие решения.

Деятельность по обслуживанию жилых домов характеризуется высоким уровнем затратности, и управляющие компании материально

заинтересованы в сокращении расходов на содержание жилых домов и оплату коммунальных услуг. Очевидно, что доход самой управляющей компании будет зависеть от выбора исполнителей услуг с наименьшим предложением по цене. С другой стороны, наличие у собственников помещений возможности отказаться от услуг самой управляющей организации стимулирует ее к подбору наиболее надежных партнеров, повышению контроля качества их услуг, инициации сберегающих мероприятий.

Переход от централизованной системы управления и обслуживания многоквартирных домов унитарными предприятиями к функционально разделенной системе взаимоотношений объединений собственников, управляющих и эксплуатирующих подрядных организаций представляет собой достаточно сложный процесс, который может осуществляться поэтапно, на конкурсной основе, при регулировании этих процессов со стороны органов местного самоуправления.

Основная проблема российских МУП состоит в том, что большинство из них неэффективны, оказываемые ими муниципальные услуги исполняются некачественно, что вызывает недовольство населения. Многие из них доведены до банкротства. Ответственность за это лежит на органах местного самоуправления, которые (в интересах населения) устанавливают экономически необоснованные цены и тарифы на продукцию и услуги МУП, не обеспечивающие их рентабельной работы. В то же время они не в полной мере компенсируют (или совсем не компенсируют) теряющиеся при этом доходы МУП, ссылаясь на дефицит бюджетных средств. Через некоторое время МУП неизбежно становится банкротом. Сами МУП также объективно не заинтересованы в повышении эффективности своей работы, ибо это приводит не к улучшению их финансового состояния, а к уменьшению или прекращению бюджетных дотаций. Будучи местными монополистами, они крайне отрицательно относятся к появлению конкурентов в сферах своей деятельности.

Сама форма хозяйственного ведения, на основе которой имущественные комплексы МУП передаются их директорам, крайне неэффективна и обременительна для муниципального образования. После заключения договора (контракта) с руководителем МУП органы местного самоуправления фактически не вправе вмешиваться в его хозяйственную деятельность, кроме случаев, оговоренных законодательством и уставом предприятия. В отличие от акционерных обществ, где деятельность исполнительной дирекции подконтрольна совету директоров и собранию акционеров, а финансовую деятельность ежегодно проверяет ревизионная комиссия, директор МУП действует практически бесконтрольно. Зачастую неэффективное управление МУП приводит к тому, что имущество предприятия описывается за долги судебными приставами, и таким образом утрачивается муниципальная собственность, а органы местного самоуправления не вправе воспрепятствовать этому. Поэтому за

экономической деятельностью МУП необходим постоянный и жесткий административный и финансовый контроль.

Таким образом, от успешности функционирования предприятий ЖКХ непосредственно зависит уровень предоставляемых услуг и, как следствие этого, качество жизни населения. Важность отрасли для экономики и социальной сферы определяет необходимость государственного регулирования деятельности отрасли, включая разработку и реализацию стратегических документов по развитию ЖКХ.

Использованные источники:

1 Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2005. – № 1 (Ч. 1). Ст. 161–162.

2 Зотов, В.Б. Система муниципального управления / В.Б. Зотов. – Ростов н/Дону: Изд-во Феникс, 2010. – 717 с.

3 О порядке предоставления коммунальных услуг гражданам [Текст]: Постановление Правительства Российской Федерации от 23.05.2006 г. № 307 // Российская Газета. – 2006. – №116.

4 Пятковский, О.И. Использование мультиагентных гибридных экспертных систем для оценки деятельности управляющих компаний ЖКХ / О.И. Пятковский, А.А. Бир // Ползуновский альманах. – 2014. – № 1. – С. 130–134.

Борисов В.Ф.
аспирант 1 курс
кафедра «Аудит и контроль»
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Россия, г. Москва

ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АУДИТА ЭФФЕКТИВНОСТИ В АГРОХОЛДИНГАХ

В статье рассматриваются методологические основы осуществления внутреннего контроля состояния сельскохозяйственных земель в агрохолдингах. Акцент делается на проведение контрольных мероприятий бизнес-процессов.

Ключевые слова: аудит эффективности, сельскохозяйственной производство, внутренний аудит, внутренний контроль, агрохолдинг, сельскохозяйственные земли, деградация почв.

The article discusses the methodological basis for the implementation of the internal control status of agricultural land in agricultural holdings. The emphasis is on conducting audits of business processes.

Keywords: performance audit, agricultural production, internal audit, internal control, agricultural holding, agricultural land, soil degradation.

Одной из отличительных особенностей экономического развития России в настоящий момент является активное формирование отечественного рынка продовольствия. В 2010 году была принята Доктрина продовольственной безопасности России, в которой агропромышленный сектор был отнесен к числу стратегических секторов развития страны. Кроме того, введение Россией продовольственных санкций дает шанс сформировать исключительно отечественный продовольственный рынок. Основной вопрос формирования продовольственного рынка – животноводческая продукция. Отечественное производство мясопродуктов, в основном свинины, обеспечивает потребности населения на три четверти. Инвестиции в свиноводство в последние годы были достаточно привлекательны, что обеспечивало рост производства в крупных компаниях, включающих мясокомбинаты, комбикормовые заводы, крупные свинокомплексы, такие как ЗАО АВК «Эксима», ОАО «Группа Черкизово», АПХ «Мираторг», Сибирская аграрная группа, Омский бекон и др. Но только инвестиций недостаточно, необходимо создать механизм управления, который позволит эффективно использовать в производстве современные технологии, улучшить формы организации производства, совершенствовать инвестиционную, инновационную деятельность, высокое качество выпускаемой мясомолочной продукции. Необходимо усилить влияния контрольных функций управления. А это значит создать эффективную систему внутреннего контроля, которая является важным фактором устойчивого развития для любого хозяйствующего субъекта.

С 2000-х годов в сельском хозяйстве России начался процесс концентрация собственности.

Наиболее распространенным и эффективным направлением концентрации производства является создание крупных агропромышленных объединений, проявляющиеся в вертикальной интеграции пищевых предприятий с сельскохозяйственными производителями, торговыми, финансовыми структурами.

Причинами появления таких объединений именно в сельскохозяйственном производстве стало, во-первых, накопление капитала у отдельных частных структур. Во-вторых, необходимостью диверсифицировать свой капитал. В-третьих, создание крупных предприятий пищевой промышленности с современными моделями управления, которые поглощают сельскохозяйственные предприятия, потому как менеджмент в них является достаточно слабым. И наконец, постоянный спрос населения на продовольствие, необходимость конкуренции с импортными продуктами питания.

Агрохолдинги являются наиболее конкурентоспособными среди сельскохозяйственных производителей, т.к. имеют возможность сконцентрировать капитал, совершенствовать организацию производства, управления, уменьшать риски, связанные с особенностями

сельскохозяйственного производства.

Агрохолдинги включают не только производство сельскохозяйственной продукции, ее переработку и продажу, но и снабжение агропредприятий топливом, оборудованием, удобрениями. Они назначают свой управленческий персонал, устанавливают систему внутреннего контроля. Примерами такой кооперации могут служить фирмы «Мираторг», ОАО « Русский Солод», ОАО «Группы Черкизово», «Юнимилк» и т.д.

В России идет процесс создания межрегиональных агрохолдингов с вертикальной структурой на региональном, или даже локальном уровне. По нашему мнению развитие интеграционных связей региональных пищевых предприятий с местным сельским хозяйством – часто единственный путь выживания и тех, и других в регионе, при ситуации, когда крупные столичные предприятия активно проникают в провинцию, находя там избыточную, а потому дешевую рабочую силу. Благодаря агрохолдингам возможно вовлечение части заброшенных территорий в сельское хозяйство.

Однако важным фактором препятствующим развитию сельскохозяйственного производства является отсутствие поддержки сельских территорий. Если государство, субъекты Российской Федерации оказывают слабую поддержку сельскому хозяйству, то сельским территориям данная поддержка не оказывается вовсе. Это приводит к оттоку качественного сельского населения в города. Территориальная близость к крупным городам приводит к повышению цен на землю и активному выведению земель из сельскохозяйственного оборота. Все это может привести к вытеснению из сельскохозяйственного производства успешных производителей.

Сложной задачей является управление агрохолдингами. Сложность состоит в том, что в различных подразделениях агрохолдинга осуществляются различные по своему содержанию бизнес-процессы, связанные с различными рисками, тенденциями развития и, соответственно, требующие различных инструментов контроля (подходов к контролю). Как известно, одним из элементов системы внутреннего контроля является внутренний аудит. При разработке организационных компонентов внутреннего аудита представляется целесообразным основываться на концепции аудита бизнеса.

Современные направления развития аудита бизнеса направлены на своевременное выявление негативных отклонений от поставленных целей и обоснование методов их устранения.65 В рамках парадигмы аудита бизнеса выделяют основной метод – аудит эффективности.

Аудит эффективности – это системный, целенаправленный и организованный процесс получения экспертно – аналитической оценки

[65] Иванова И.Е. Аудит эффективности в рыночной экон
омике: учебное пособие/ Е.И. Иванова, М.В. Мельник, В.И. Шлейников. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с

объективных данных о результативности, экономичности и продуктивности экономической деятельности аудируемой единицы, с целью установить уровень соответствия этих данных определенным критериям, и на основании этого выразить мнение об эффективности (результативности, экономичности, продуктивности) аудируемой деятельности, программы или операции и дать рекомендации, направленные на улучшение эффективности.

Основной целью проведения аудита эффективности является обеспечение достижения целей компании наиболее результативным, экономным и продуктивным путем.

Неотъемлемым инструментом внутреннего аудита является непрерывная диагностика финансовой устойчивости. Диагностика финансовой устойчивости заключается в анализе комплекса показателей, характеризующих такие важные аспекты финансовой устойчивости организации, как ликвидность, платежеспособность, рентабельности, оборачиваемость и др. Одним из наиболее важных из названных показателей является анализ рентабельности компаний, который позволяет вывести относительные показатели экономической эффективности. Показатели рентабельности отражают степень эффективности использования разного рода ресурсов компании, для сельскохозяйственных предприятий это, в первую очередь, земельные ресурсы и биологические активы.

Потребляемые биологические активы состоят из посевов зерновых и прочих культур, выращиваемых с целью последующего производства кормов или продажи.

Биологические активы растениеводства включают озимые посевы, которые предприятие учитывает по первоначальной стоимости за минусом убытка от обесценения, если на эту дату отсутствует определяемая на рынке цена или стоимость озимых посевов и если руководство устанавливает, что альтернативные оценки справедливой стоимости являются ненадежными.

Наиболее сложным для сельскохозяйственных предприятий является оценка земельных ресурсов. Это обусловлено ее спецификой, отсутствием нормативно-правовой базы, неразвитостью земельного рынка в стране.

Методика оценки земли должна отвечать ряду требований:

- быть достаточно гибкой и оперативной, учитывать постоянные изменения, происходящие в сфере АПК;
- детально и точно представлять качественные характеристики земель;
- быть универсальной и обеспечивать определение стоимости земли на любом уровне административно-хозяйственной структуры (участок, подразделение, сельскохозяйственное предприятие).

Сегодня качественной характеристикой, влияющей на стоимостную оценку земельного участка, является его плодородие:

- потенциальное – характеризует возможности почвы;
- действительное – отражает степень использование природных возможностей;
- экономическое – характеризует уровень экономического

развития на каждом конкретном уровне развития сельскохозяйственного производства.

Рыночная стоимость земельного участка включает земельную ренту как денежное выражение дохода от использования земельного участка. В современных экономических условиях, помимо дифференцированной ренты, монопольной и абсолютной ренты, по нашему мнению, должно учитываться значение экологический ренты.

Экологическая рента должна отражать качество среды обитания (уровень загрязнения окружающей среды) и, применительно к земельным ресурсам, качество сельскохозяйственной продукции с точки зрения полезности и экологической чистоты.

Особенностью оценки эффективности бизнес процессов сельскохозяйственного производства должна быть не только оценка урожайности, но и оценка поддержания качества земельных ресурсов, находящихся в пользовании сельскохозяйственного предприятия, сохранение их стоимости, что оказывает существенное влияние на обеспечение качества сельскохозяйственной продукции. Таким образом, внутренний аудит должен включать и почвенный аудит.

Кроме того, учет особенностей качественной оценки земли позволит скорректировать стоимость одного гектара сельскохозяйственных угодий по ее максимальной величине, что при необходимости окажет влияние на возможность получения заемных средств под залог земель сельскохозяйственного назначения. На сегодняшний день одной из основных проблем, связанных с оценкой сельскохозяйственных угодий является деградация почв.

Деградация почв – процесс, приводящий к уменьшению продуктивности почв, обеспечивающих население продовольствием. Начиная со времен ранних цивилизаций, она является непреднамеренным последствием землепользования и часто связана с процессами обезлесения и опустынивания. В последнее время концепция деградации почв была расширена и в нее включили широкий спектр взаимосвязанных почвенных процессов, которые могут повлиять на снижение продуктивности почвы. Многие процессы деградации почв являются в то же время естественными процессами почвообразования. Процессы деградации почв – это неблагоприятные изменения свойств почв по сравнению с их оптимальным состоянием, необходимым для обеспечения потребностей населения. Они включают уменьшение содержания в почве органического вещества, изменение температуры почв и процессов вымывания глинистых частиц, коллоидов, а также выщелачивание. Все это негативно влияет на урожайность и качество выращенных на таких почвах сельскохозяйственных культур.

Кроме того, с течением времени деградация почв может привести к росту издержек в растениеводстве на единицу обрабатываемой площади. Рост издержек (затрат, себестоимости растениеводческой продукции)

является не только следствием деградации земель и почв, а может быть следствием обесценения валюты, роста цен на нефтепродукты и ГСМ, увеличением расходов на зарплату, на технику и обслуживание и т.д. Рост издержек может быть связан со сменой специализации, например, выращивание более технологических культур. Тем не менее, одним из основных факторов является именно деградация. Таким образом, чтобы сохранить эффективность растениеводства как самостоятельного бизнеса, или отдельного бизнес-процесса в системе агрохолдинга необходимо регулярно контролировать процессы растениеводства с целью обеспечения сохранности свойств почвы.

Использованные источники:

1. Об аудиторской деятельности: Федеральный закон от 30.12.2008 №307 – ФЗ.
2. Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 №696 (ред. От 22.12.2011) «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности».
3. Аверина О.И. Анализ эффективности бизнеса: критерии оценки. // Международный бухгалтерский учет. 2012. №41.
4. Булыга Р.П. Инновации современного аудита: аудит эффективности бизнес-процессов // Аудитор. 2012. №3.
5. Булыга Р.П. Инновации современного аудита: аудит эффективности бизнес-процессов / Р.П. Булыга // Аудитор – 2012. - №3 – с.16 -22
6. Булыга Р.П.Аудит бизнеса. Практика и проблемы развития: монография / Р.П. Булыга, М.В. Мельник; М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 263 с.
7. Иванова И.Е. Аудит эффективности в рыночной экономике: учебное пособие/ Е.И. Иванова, М.В. Мельник, В.И. Шлейников. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с.
8. Котлячков О.В. Показатели и критерии эффективности использования средств, применяемые для аудита эффективности / Котлячков О.В.// Международный бухгалтерский учет. 2013. №2
9. Нефедова Т.Г. Десять актуальных вопросов о сельской России. Ответы географа.- М.:ЛЕНАНД, 2013.-456с.
10.Экономика сельскохозяйственного предприятия. Под ред.д.э.н., проф. И.А. Минакова. М.:ИНФРА-М, 2013.- 363с.

Бородай В.А., доктор социологических наук
профессор
Герасименко Ю.Ю.
студент
ФГБОУ ВПО «Донской Государственный Технический Университет» (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА – ЗАДАННАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Придумывать подходящие слоганы, возводить день рождения компании в ранг государственного праздника и полностью подчинить свою жизнь интересам дела. Все это характерные признаки новой «религии» - корпоративной культуры. Как долго сотрудник сможет оставаться в таких условиях самим собой? До каких пор можно позволить себе быть антикорпоративщиком и все же работать в компании? Могут ли человека уволить за антикорпоративное поведение?

Корпоративная культура, как система ценностей, правил и норм поведения в компании, существует довольно давно. Популярный слоган «Мы все — одна семья» наверняка родился в те далекие времена, когда основатель автомобильной корпорации Генри Форд здоровался со своими рабочими за руку и лично поздравлял их с семейными праздниками. Таким образом на предприятии создавалась пресловутая «семейная корпоративная культура», цели которой весьма приземлены: с одной стороны — повысить качество и интенсивность труда, с другой — привязать сотрудника к месту работы. Корпоративная культура в организации направленно реализует интегративную функцию, обеспечивает в коллективе равновесие путем поддержания образца и включения человека в существующие социокультурные системы, т.е. выступает социализирующим механизмом.

Семейная корпоративная культура приемлема для небольшой компании, в которой работают несколько десятков человек. С развитием и расширением компании семейная корпоративная культура становится неуместной, поскольку в организации, где работают несколько сотен, а то и тысяч человек, многие друг с другом даже не знакомы. В этом случае доминирующей корпоративной культурой становится инновационная, рыночная или, например, бюрократическая.

Корпоративная культура в той или иной степени оказывает давление на сотрудников, и далеко не все готовы работать по заданной программе. Но для эффективности деятельности компании необходимо каждому сотруднику следовать сложившимся ценностям, правилам и нормам поведения.

Многочисленные форумы полны нареканий работников на корпоративные правила в родных компаниях. Сотрудникам не нравится буквально все - нормированный рабочий день «с девяти до шести», принятый дресс-код, корпоративные праздники, ограничения интернет-

ресурсов и многое другое. Выхода, как минимум, три:

- приспособиться к существующим правилам;
- искать другую работу;
- попытаться жить на работе по своим правилам.

Принимая решение о работе в компании, человек тем самым соглашается соблюдать принятые в ней гласные и негласные правила. Конечно, правила бывают самые разные, поскольку в компаниях по-разному происходит процесс формирования корпоративной культуры. И каждый сотрудник вправе сам сделать выбор, принимать их или нет. Но если работа устраивает, а правила обоснованны и не ущемляют прав и свобод человека, так почему бы их не принять?

Есть компании, где правилам внутреннего распорядка уделяют не слишком много внимания, и каждый сам для себя находит приемлемые условия существования. Но можно ли однозначно говорить о том, что это приносит пользу самой компании или ее сотрудникам?

Излишняя демократия порождает анархию, которая, несмотря на всю ее привлекательность для отдельных сотрудников, редко оказывается состоятельной в перспективе. Мягкие условия работы и отсутствие рамок дозволенного расслабляют сотрудников, что не идет на пользу ни самим работникам (ведь строгие правила, как правило, компенсируются финансовыми бонусами), ни компании в целом. Корпоративная культура, не ограничивающая сотрудника в вопросах субординации, формы одежды, строгого рабочего графика, должна опираться на высокий уровень самоорганизации, в противном случае она неуместна.

Справедливости ради отметим, что приверженцев антикорпоративного поведения в каждой отдельной взятой компании не так уж много, но тем не менее они есть. Что же такое антикорпоратив? На наш взгляд можно привести в качестве примера целых пять «главных определений» этого понятия:

1. Стиль жизни, при котором ярче всего проявляется индивидуальность, во главу угла ставится независимость и постоянное самосовершенствование.

2. Направление развития, при котором человек, прежде всего, думает не об обществе, а о себе и своей семье.

3. Сообщество для креативных людей. От возраста не зависит ничего, все зависит от степени активности.

4. Образ мышления, при котором даже не предполагается, что работать можно на кого-то.

5. Внешнее впечатление, которое производит на других человек этого направления. Это впечатление, которое производит не лидер, но некто очень притягательный.

В общем, антикорпоративная этика - это по сути те же правила, только наоборот. Ее приверженцы - это либо герои-индивидуалисты, пытающиеся утвердиться и достичь успехов в одиночку, либо работники, стремящиеся

строить свою деятельность не на основе приказов и компромиссов, а на основе собственных ориентиров и стремлений.

Корпоративная культура в той или иной степени существует на каждом предприятии - условно говоря, это принятые правила поведения и сложившиеся обычаи. От нее во многом зависит эффективность деятельности фирмы. В западных компаниях корпоративная культура, как правило, формализована. Большинство отечественных фирм до этого пока «не доросли», так что корпоративная культура существует в основном в нашем сознании.

Поскольку нарушение трудовой дисциплины четко регулируется трудовым законодательством, за нарушения, не подпадающие под правила внутреннего трудового распорядка, сотрудника уволить нельзя. Более того: правовых рычагов воздействия на него вовсе не существует, говорят юристы. Конечно, иногда случаются совпадения, когда определенные правила корпоративной культуры оказываются прописанными и в Трудовом кодексе. Но такие «счастливые случаи» бывают до обидного редко, ведь, как правило, корпоративная культура регулирует как раз моменты, не урегулированные трудовым законодательством.

Антикорпоративное поведение стоит предотвращать, а не доводить до наказания. Скажем, если в компании существует проблема опозданий, нужно ввести автоматическую систему фиксации прихода и ухода. Опыт показывает, что уже одно это нововведение дисциплинирует сотрудников. Если человек тратит свое рабочее время на то, что скачивает из Интернета музыку и другие, еще более «тяжелые», файлы, сотрудника необходимо предупредить, что это недопустимо. Да и приход на работу в рваных джинсах в компаниях, где существует строгий дресс-код, - это повод для замечания, а не увольнения.

Говоря об антикорпоративном стиле поведения, психологи отмечают, что дело не в том, насколько реально уволить антикорпоративщика по закону, а в том, насколько ему самому комфортно работать в обществе, правила игры которого он не принимает. Если неписаные правила соблюдаются, это автоматически означает, что большинство сотрудников их принимает. И речь идет не о том, хороша корпоративная культура или плоха. Дело в том, что она существует, и уже сам человек должен решать, совпадают данные правила с его внутренними убеждениями или нет.

Если существует какая-либо система, обязательно найдутся ее противники - как скрытые так и ярко выраженные. Таким образом, протест присутствует по определению, а вот то, как он выражается, определяется конкретной личностью. Большинство недовольных предпочтет не тратить силы на непродуктивную борьбу и просто уйдет в другое место. Зато останутся «вечные революционеры», которые, несмотря на «репрессии», все же будут бороться с не устраивающими их порядками. И если данный борец представляет собой особенно ценный экземпляр специалиста, с ним, несомненно, будут считаться и постараются найти компромисс - предоставят

индивидуальный график работы, отдельный кабинет. Правда, если человек выбрал для себя такой стиль поведения, он в свою очередь должен быть готов к протестам против него самого.

Бородай В.А., доктор социологических наук
профессор
Казьмина Л.Н., кандидат географических наук
зав.кафедрой «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
ФГБОУ ВПО «Донской Государственный Технический Университет» (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПРОЦЕСС КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ТУРИЗМЕ НА ОСНОВЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Новая экономика основана на индивидуализации - на личностях специалистов, которые в одиночку могут конкурировать с крупными компаниями.

Эта статья посвящена немного философскому, но очень актуальному вопросу – переходу из старой экономики, основанной на корпорациях, в новую – основанную на личностях специалистов.

О том, что явилось предпосылками данного перехода, в чем это проявляется и какая перспектива ждет современный бизнес, можно рассмотреть на примере самой яркой отрасли, которая отражает эти тенденции - отрасли выездного туризма.

Старая экономика и новые тенденции. Для того чтобы понять все глобальные изменения, которые произошли в отрасли за последние 10 лет, необходимо вспомнить, с чего все начиналось, поэтому – немного истории. С 1992 года, когда появилась возможность заниматься предпринимательством, некоторые активные сограждане, имеющие навык свободного владения иностранными языками и стремящиеся к свободе, которую давало путешествие по миру, открыли небольшие туроператорские компании. Надо отметить, что 98% из них на тот момент не имели профильного туристского образования, не оканчивали программы MBA и не учились за границей. Однако это не помешало им раскрутить свои компании до международного уровня.

Постепенно туроператоры стали открывать собственные ритейл офисы и продавать франшизу. Это было высоко рентабельно для компаний и удобно для туристов, не надо было что-то планировать самому как раньше, при поездках на российский берег Черного моря, а стоимость путевок, при стабильном росте доходов населения после 1998 года, не казалась завышенной или несправедливой.

Но с 2008 года все начинает меняться. Даже учитывая тот факт, что по заявлениям Минэкономразвития, Россия «перенесла» кризис достаточно легко, российский потребитель «затянул пояса» и начал считать деньги.

Но как быть, если к хорошей жизни ты привык, а средств на такую

жизнь у тебя резко поубавилось и туры за $3-5 тыс. уже кажутся не по карману? Выходов из этой ситуации было два: либо отказать себе в привычном отдыхе, либо заняться самоорганизацией поездки, что выходило значительно дешевле. С этого момента начался новый виток в индустрии выездного туризма – эпоха индивидуальных туров.

В свою очередь, туроператоры, понимая, что теряют трафик, начали усиливать направление индивидуального туризма, которое ранее ориентировалось только на VIP клиентов. Но тенденцию «самотуризма» было не остановить. Если вначале туристы самостоятельно планировали поездки только в страны Европы, предпочитая пляжные направления покупать у туроператоров (Азия, Восток), то к настоящему моменту стран, в которые не смогли бы организовать поездки сами туристы, просто не осталось.

Начало эпохи индивидуализации в России. Индивидуализация вошла в российское общество неожиданно, с приходом глобального интернета. Наши коллеги на Западе уже давно пишут и говорят об этом, призывая обратить внимание на изменившуюся экономику, где в основе стоят не компании, а человек. Но российские специалисты подтверждают русскую пословицу про петуха и упорно не замечают изменений ровно до тех пор, пока не остаются без работы или достойного их профессионализма дохода.

Основная тенденция новой эпохи заключается в том, что потребитель перестает доверять компаниям, переключив свое внимание на «живых» непосредственных исполнителей. Отсюда рост социальных сетей, сообществ по интересам или тематических форумов. Люди стремятся к людям, потому что они более предсказуемы. Что же касается бизнеса, то рост рынка аутсорсинга, как ничто лучше, доказывает эту тенденцию.

При всех минусах индивидуализации, которые заключаются в фактической «ломке» старых устоев, она дает возможность для развития малого бизнеса, в частности, индивидуального предпринимательства с совершенно «новым лицом», и рынок выездного туризма лучше всего отражает эти изменения.

Будущее индустрии - радужные перспективы для увлеченных людей. Так что же поменялось на рынке? Рост самостоятельного туризма привел к росту социальных сообществ, их хаотичное развитие и предоставление бесплатного исчерпывающего контента привлекает все больше приверженцев.

Интересно наблюдать, как, следуя новым тенденциям, некоторые туроператоры перепрофилируют свои интернет-площадки под социальные сети, пытаясь хоть как-то контролировать изменения и получить от этого прибыль, однако, это у них не очень получается.

Но вернемся к сообществам. В любой группе людей, рано или поздно, но всегда, появляются лидеры, к которым прислушиваются, у которых спрашивают совета. В данном случае – это увлеченные люди, которые реально обожают путешествовать, узнавать что-то новое и делиться этим с

другими. Так постепенно активный участник социальной сети меняет свой статус с просто «путешественника, у которого есть, что рассказать», на статус «эксперта по путешествиям», а это уже серьезный фундамент для начала собственного бизнеса, определенной институциональной зрелости эксперта-предпринимателя. «Об институционально-субъектной зрелости продавца свидетельствует изменение структуры и параметров его взаимодействия с покупателями, включение ориентации на покупателя в число базовых мотиваторов поведения продавца» [1].

Каждый из «экспертов», не являясь при этом маркетологом, интуитивно выбирает узкую специализированную нишу (экскурсионную программу по Чехии или поездки на Тибет), что является его ключевым фактором успеха. И таких экспертов становится все больше и больше, многие из них уже монетизировали свое увлечение, многим это только предстоит.

Наблюдая тенденции рынка, можно предположить, что через два-три поколения большая часть отрасли уйдет именно в индивидуальный межличностный туризм. Важно и то, что на данный момент персональный бизнес личных брендов никак не конкурирует с основными игроками рынка, но при дальнейшем развитии это вполне возможно.

Очень показательно, как специалисты меняют свою основную специальность на увлечение, и именно на этом основывают свой персональный бизнес, но чаще специалисты сохраняют свою специальность, просто переходя в статус эксперта в своей отрасли, и в последнее время это повсеместно.

Коммерциализация индивидуальных компетенций в персональный бизнес, это процесс формирования личных брендов. Надо отметить, что в настоящее время очень ограниченное число специалистов реально представляет себе, как можно коммерциализировать свои знания и навыки, кроме как в роли наемного сотрудника. Отсутствие соответствующего образования, реального опыта или группы единомышленников не дает возможности сделать тот шаг, который приведет к собственному бизнесу. Даже топ-менеджеры теряются в вопросах формирования собственного бренда на рынке, не говоря о middle-менеджменте.

Но нехватка знаний или реальных примеров при текущей доступности информации восполнятся достаточно быстро. Добавим к этому огромное желание вырваться из рутины, и привычные кадры, составляющие квалифицированный отряд «белых воротничков», покинут офисные здания и займутся собственным бизнесом.

Что останется компаниям? Брать свои же кадры на аутсорсинг, но уже в качестве консультантов и экспертов по другим тарифам. Либо растить новые кадры, но это время.

Использованные источники:

1. Бородай В.А. «Социально-институциональный анализ социетальной сферы торговли в современном обществе». автореферат диссертации на

соискание ученой степени доктора социологических наук / Новочеркасск, 2009

Бочкарева В.А.
студент 4 курса
ФГБОУ ВПО «Донской Государственный Технический Университет» (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

МАРКЕТИНГ ВЫГОДЫ КЛИЕНТА КАК НОВАЯ ПАРАДИГМА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УСЛУГ

Представление потребителя о предпочтительной жизни порождает потребность в культурно-досуговых продуктах (услугах). Но потребности, проистекающие из представления о предпочтительной жизни - это обычно лишь отвлеченные потребности. Они вызывают в воображении общий тип искомого удовлетворения. Потребности всегда сравнительны, так как, что бы нам ни требовалось, потребность оценивается в сравнении с вытесняемыми альтернативами. Потребность в отличие от желания принимает во внимание осуществимость задуманного. Ни потребности, ни цели не поддерживаются, если их невозможно удовлетворить и выполнить. Кроме того, потребность в культурно-досуговом продукте (услуге) - это не только нужда в нем, но и поиск определенных выгод. Вот почему маркетинг фокусируется не на маркетинге продукта (услуги), а на маркетинге выгоды.

Производитель или поставщик культурно-досуговых услуг редко способен удовлетворять потребности полностью. Тем не менее, он стремится отвечать ожиданиям потребителя или превзойти их. Всякий раз, когда серьезные ожидания не оправдываются, разочарование способно помешать повторной покупке. С другой стороны, благоприятные реакции, вызванные полным оправданием ожиданий, могут способствовать увеличению продаж. Испытывать потребность в «X» — значит иметь расположенность к использованию, потреблению или обладанию «X». Сказав, что Джейн хочет иметь «Mercedes», мы говорим об ее потенциальном будущем действии, приписываем ей некую предрасположенность. Хотя наличие потребности может сопровождаться сильным чувством необходимости, но обычно его не бывает.

Потребность в продукте (услуге) может быть необходимым, но не достаточным условием для его покупки. Сама по себе потребность еще не является поводом для действия. Должны присутствовать и соответствующие мнения. Когда потребность «пассивная», потребители в некоторой степени осведомлены о потенциале продуктов, но, сомневаясь в ее целесообразности, воздерживаются от ее приобретения.

Скрытые потребности. Потребители могут не осознавать, не ощущать потребности в продукте, но могли бы ее почувствовать, если бы узнали, как он способен улучшить их жизнь. Иными словами, потребность в продукте может быть скрытой. Потребители могут не замечать, неверно толковать или

не иметь понятия, что собой представляют преследование и достижение определенных целей или потребностей. Реклама может придать продукту новое значение и способствовать самоубеждению потребителей, заставляя их вообразить удовольствие от обладания, использования или потребления продукта (услуги).

Поэтому перед появлением активной потребности в продукте (услуге) человек сначала задумывается о его потенциале, воображает его. Так, мы можем знать о существовании продукта (услуги) и его функциях, но все же не знать достаточно о его выгодах, чтобы решиться на покупку.

Скрытая потребность активизируется, стимулируя восприятие товарного предложения как желательного. Скрытая потребность в продукте X активизируется легче, если у потребителя уже есть благоприятное отношение к той товарной категории, к которой принадлежит X. Реклама «Sony» сможет легче активизировать скрытую потребность в новинке компании - видеокамере, поскольку потребители идентифицирует ее сначала как продукт «Sony», а во-вторых, как продукт японской электроники. Такая классификация плюс новизна товара, несомненно, помогли бы продукту получить признание. «Комплекс услуг выступает способом управления лояльностью клиента, т.е. готовностью клиента совершить покупку в данном магазине или приобрести товар той же марки вне правового принуждения» [1].

Выявление скрытых потребностей требует мастерства. Если в настоящее время потребители покупают продукт (услугу), то его потребление можно увеличить, представив его дополнительные выгоды. Возможно, сначала потребители думают просто об использовании продукта (услуги) по прямому назначению, не задумываясь о его особых свойствах и соответствующих выгодах. Например, потребление картофеля может резко возрасти после заявлений диетологов, что картофель не содержит «почти никакого жира, но в нем много витаминов и минералов, что делает его ценным источником пищи». Потребители, воспринимая продукт или марку как носителя функции X (например, пищевую соду добавляют в тесто), часто не имеют понятия о его принципиально иных функциях (поставленная в холодильник открытая пачка пищевой соды прекрасно поглощает запахи).

Потребителя часто рассматривают как сосредоточие потребностей, которые действуют как фильтр, отбирая продукты для будущей покупки. Тем самым игнорируется тот факт, что у потребителя можно стимулировать представление о настоящем обладании, потреблении или использовании продукта и потребность в нем.

Потребность нельзя создать, а можно только активизировать, так как уже существует лежащая в ее основе мотивационная предрасположенность к предпочтительной жизни. Само рассуждение может вызвать потребность. Апеллирование к воображению преследует целью изменить восприятие. Обращение к рациональности призвано обеспечить обоснование решения. Проблема заключается в том, чтобы привлечь внимание потребителя - ведь

когда потребности скрытые, у него нет интереса к продукту.

Это сделать легко, если продукт (услуга) новый, потому что новизна пробуждает любопытство. Рекламодатели должны с особой серьезностью относиться к проблеме привлечения внимания. Если реклама говорит не о том, что активно ищут потребители, последние не расположены к контактам с такой рекламой. Очень эффективной может быть устная коммуникация: восторженные отзывы друзей о продукте или наблюдение продукта «в деле» могут существенно повысить потенциал продукта в наших глазах.

Активизация потребности связывает выгоды с представлением о хорошей жизни. Вообще говоря, можно апеллировать к ценностям и не пытаясь их изменить. Возможно поменять суждение о ценности, не затрагивая ее саму. Дело в том, что суждения о ценностях зависят от описания ситуации. Ситуацию можно описать так, чтобы «подогнать» ее под ценности. Именно в этом суть изменения восприятия.

Пассивные потребности. Будучи активизированной, скрытая потребность может стать пассивной потребностью, так как будущий клиент, уже зная о потенциальных выгодах продукта, тем не менее еще воздерживается от покупки. Когда у потребителя есть пассивная потребность, покупке препятствует неуверенность по поводу будущих действий, если ситуация запутанная, противоречивая или просто неясная. По сути, потребитель говорит: «Хотя я хочу продукт (услугу) XYZ, я не собираюсь его покупать». Препятствиями к покупке могут служить:

1. Цена, превышающая ту, что готов заплатить потребитель — то есть относительный вес цены выше, чем вес воспринимаемых выгод.

2. Ложные мнения, так как оценка выгод может базироваться на ошибочной информации.

3. Истинные мнения о продукте (услуге) и его эксплуатационных характеристиках могут мешать покупке.

4. Сомнения в заявлениях о продукте (услуге). Сомнения могут вызвать любые заявления, но особенно в ситуации высокой вовлеченности покупателя. Множество сомнений могут вызвать, например - «революционные усовершенствования» функций продукта, качество многофункционального продукта, улучшение одних качеств продукта (услуги), полученное не за счет ухудшения других его качеств и способность фирмы быть компетентной в нескольких товарных категориях.

5. Социальные нормы: потребители часто действуют так, будто общество наблюдает за их покупками, даже когда продукт (услуга) не очевиден для общества. Так, продажам косметических средств для мужчин все еще мешают сомнения в их социальной приемлемости.

Эти барьеры, возможно, преодолеть, выбирая соответствующий прием стимулирования сбыта. Активизация скрытых и пассивных потребностей является частью необходимых мероприятий (издержек) вступления на рынок любого нового продукта или услуги. Сопряженные с ней трудности могут повлиять на процесс распространения (диффузии) новинки (то есть на то,

как быстро новинка будет распространяться). Для прогнозирования продаж ключевой является также оценка способности раскрыть скрытые и пассивные потребности.

Использованные источники:

1. Бородай В.А. «Социально-институциональный анализ социетальной сферы торговли в современном обществе»., автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук / Новочеркасск, 2009.

Буравцев И.И.
студент 4 курса
факультет «Гуманитарно-педагогический»
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА им К.А. Тимирязева
Россия, г. Москва

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье описывается подход к разработке стратегического планирования в сельскохозяйственных предприятиях. Отмечается, что стратегия зависит от определения конкурентного преимущества, от развития ресурсов и производственных возможностей, которые обеспечивают устойчивое превосходство в этом изменчивом мире. В условиях рыночных отношений любая организационная форма производства должна планировать свою деятельность. В результате непродуманной и неэффективной политики в аграрной сфере за годы рыночных преобразований многие сельскохозяйственные предприятия находятся в кризисном состоянии. В заключении рекомендуется разрабатывать бизнес планы на предприятиях, что поможет им решить следующие основные задачи: определить конкретное направление деятельности фирмы, стратегии и тактики их достижения, оценить материальное и финансовое положение фирмы и соответствие финансовых и материальных ресурсов достижению поставленных целей.

Ключевые слова: стратегическое планирование, планирование, сельскохозяйственное предприятие, бизнес-план, рыночная экономика, агропромышленный комплекс (АПК).

The article describes the approach to the development of strategic planning in agricultural enterprises. It is noted that the strategy depends on the definition of the competitive advantages from the development of resources and production capabilities that provide sustainable advantage in this changing world. In conditions of market relations, any organizational form of production must plan their activities. As a result of ill-conceived and ineffective policy in the agricultural sector during the years of market reforms, many farms are in crisis. In conclusion, it is encouraged to develop business plans for enterprises to help them achieve the following main objectives: to determine the specific activity of the company, the strategy and tactics to achieve them, to evaluate the material and

financial situation of the company and compliance with financial and material resources to achieving the goals.

Key words: strategic planning, planning, agricultural enterprise, business plan, market economy, agro-industrial complex (AIC).

В сельскохозяйственных предприятиях развитие рационального и стратегического планирования не наблюдается. В связи с этим для предприятий важным аспектом является стратегическое планирование, оно позволит уточнять и оптимизировать общегосударственные прогнозы и программы по регулированию сельскохозяйственного производства [3]. Процесс стратегического планирования может стать инструментом, помогающим обеспечить базу для успешного управления предприятием.

Применение планирования на предприятиях создает следующие важнейшие преимущества: увеличивает возможности в обеспечении предприятия необходимой информацией; способствует более рациональному использованию ресурсов; проясняет возникающие проблемы и риски; улучшает координацию действий и контроль в организации.

В условиях рыночных отношений любая организационная форма производства должна планировать свою деятельность, в противном случае она становится объектом чужого планирования [6]. Известно, что в условиях рыночной среды главным регуляторам экономических отношений является цена, т. е. действуют законы спроса и предложения, сильное влияние оказывают факторы внешней среды, внешней деятельности предприятия, региона .

Отсюда внутренняя природа фирмы основывается на системе плановых, стратегических решений. Успех предпринимательской деятельности организации (предприятий, фирм, компаний) предполагается в первую очередь тем, насколько тщательно продуманы и определены цели бизнеса и средства их достижения [2]. Не случайно планирование считается одной из ключевых функций экономики. Похожая статья: Стратегическое планирование в муниципальном образовании/

В зависимости от направленности различают три вида планирования:

стратегическое, или перспективное;

среднесрочное;

тактическое или текущее (бюджетное) [1].

Стратегическое планирование заключается в определении главных целей деятельности фирмы и ориентировано на определение намечаемых конечных результатов с учетом средств и способов достижения поставленных целей и обеспечения необходимыми ресурсами. При этом разрабатываются новые возможности фирмы, например: расширение производственных мощностей путем строительства новых предприятий или приобретения оборудования, изменение профиля предприятия или радикальное изменение профиля. Стратегическое планирование можно рассмотреть как совокупность шести взаимосвязанных управленческих процессов, логически вытекающих один из другого, в то же время

существует устойчивая связь и влияние каждого процесса на остальные.

Стратегическое планирование охватывает период в 10–15 лет, имеет отдаленные последствия, влияет на функционирование всей системы управления и основывается на огромных ресурсах [4]. Поэтому рассматрвиая проблема является актуальной и соответствует современным требованиям рыночной экономики.

Производственная деятельность в сельскохозяйственном производстве характеризуется общей неустойчивостью, несбалансированностью и низкой эффективностью. Принципы, формы и методы функционирования должны коренным образом меняться; В результате непродуманной и неэффективной политики в аграрной сфере за годы рыночных преобразований многие сельскохозяйственные предприятия находятся в кризисном состоянии, при этом это затронуло не только объем и ассортимент, но качество производимой продукции.

Выход из экономического кризиса и возрождение отечественного АПК требует высокого уровня организации и управления. Это может обеспечить только стратегическое планирование, приспособленное к условиям рыночной экономики, консолидирующие производственные, социальные и субъективно-личностные факторы, направленные на достижение оптимального сочетания творческого потенциала с современной технологией и человеческими ресурсами.

Основным составляющим стратегического плана предприятий и организаций на краткосрочную перспективу является бизнес-план. Бизнес-план входит в практику рационального агропромышленного предпринимательства как инструмент стратегического планирования и как необходимая документация для ведения деловых переговоров с инвесторами, кредиторами, а также государственных и управляющих органов.

Методологически бизнес план можно охарактеризовать как краткое, точное, доступное понятие описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения, что особенно важно для неплатежеспособных предприятий АПК [5].

Целью разработки бизнес-плана является поиск инвесторов, стратегическое представление перспективы развития предпринимательства. Бизнес-план помогает решить следующие основные задачи: определить конкретное направление деятельности фирмы, сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегии и тактики их достижения, определить лиц, ответственных за реализацию каждой стратегии, оценить соответствие кадров и условий мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей, оценить материальное и финансовое положение фирмы и соответствие финансовых и материальных ресурсов достижению поставленных целей.

В этой связи бизнес-план может рассматриваться как индикатор степени достижения успеха. Бизнес-план является документом, позволяющим определить направление действий и управлять предприятием. В этом аспекте бизнес-план является неотъемлемым элементом стратегического планирования и руководство для исполнения и контроля. В бизнес-плане цели и задачи переводятся в язык цифр, благодаря чему можно сравнивать свои прогнозы с реальными результатами, что помогает обеспечить контроль.

Использованные источники:

1. Вайс, Е.С. и др. Васильцова В.М., Вайс Т.А., Васильцов В.С. Планирование на предприятии (организации) / Е.С. Вайс, В.М. Васильцова, Т.А. Вайс, В.С. Васильцов. – 5-е изд., стер – М.: КНОРУС, 2012. – 336 с.
2. 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.
3. Жирнов, А.В. Проблемы и пути совершенствования планирования деятельности сельскохозяйственных предприятий Пензенской области / А.В. Жирнов // Материалы Международной научно-практической конференции «Роль молодых ученых в реализации национального проекта "Развитие АПК"» - Москва. – 2007. – С. 57-65.
4. 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.
5. Жирнов, А.В. Совершенствование планирования деятельности районных агропромышленных объединений (на материалах Пензенской области): дис.... канд. экономич. наук. - Москва. 2006 - 193 с
6. Жирнов, А.В. Совершенствование планирования деятельности сельскохозяйственных предприятий Пензенской области / А.В. Жирнов // Международный технико-экономический журнал. - 2007. - №1. - С. 19-25

Вейдаш А.К.
студент
Овчинникова И.В.
научный руководитель
Россия, г. Кемерово

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Бухгалтерский учет - это система непрерывного и взаимосвязанного наблюдения и контроля за хозяйственной деятельностью предприятия. Это строгий документированный учет. Бухгалтерский учет не допускает выборочности ни во времени, ни в производстве. Данные бухгалтерского

учета используются для наблюдения и контроля за хозяйственной деятельностью предприятия. Хозяйственная деятельность предприятия направлена на осуществления производства, распределения, обмена и потребления материальных благ необходимых обществу[1].

Управлять хозяйственной деятельностью предприятия можно только при наличии информации о количестве и качестве происходящих на предприятии экономических процессов. Первостепенные данные о фактах и хозяйственной деятельности отражены в бухгалтерском учете, именно это способствует систематизированию разобщенных данных в единую характеристику определенных процессов и явлений хозяйственной деятельности предприятия, а также формированию экономических показателей.

В следствии этого можно сделать вывод что бухгалтерская отчетность имеет ряд определенных и характерных особенностей.

Во-первых, сплошной характер учета. Учету подвергаются все хозяйственные операции без исключения, которые происходят в организации и имеют каждодневную оценку.

Во-вторых, документальная учета. Все хозяйственные операции которые происходят в организации обязаны быть оформлены как минимум одним документом.

В-третьих, непрерывность учета. Суть заключается в том, что учет всех хозяйственных операций, процессов, источников формирования должен осуществляться в организации ежедневно без остановки во времени.

Так же очень многое зависит в организации от основных функций бухгалтерского учета и их своевременной деятельностью. К этим функциям относятся:

1) Информационная функция это функция которая отвечает за своевременный сбор измерение, обработку и передачу финансовой информации о хозяйственных процессах. Другими словами это функция «Поставщика».

2) Плановая функция, она отвечает за своевременную доставку информации внутри организации.

3) Аналитическая функция, смысл этой функции заключается в том, что бухгалтерский учет формирует по каждому объекту внутри организации характеристику не только о его наличии, но так же и о его движении внутри организации[2].

Таким образом можно заключить следующий вывод о действии бухгалтерского учета в организации. Это в первую очередь то, чтобухгалтерский учет породил интересную, творческую и хорошо оплачиваемую профессию. А вторая особенность, это то, что бухгалтерский учет обеспечивает руководство организацией необходимой информацией и базой данных для принятия организационных и управленческих решений,

для усиления эффективности деятельности организации, систематизировании всех данных, а так же обеспечение защиты по предотвращения утечки информации из организации.

Использованные источники:

1. Электронный ресурс. Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53727.doc.htm]
2. Электронный ресурс. Режим доступа: [http://studopedia.org/7-4323 2.html]
3. Бухгалтерский учёт: Учебник/Кондраков Н.П.: ИНФРА-М, 2013. -509 с.

Вирясова Е. В.
студент группы БТДКО12
Туркина О. В.
студент группы БТДМК12
Кукина С. Д., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Экономика, организация и коммерческая деятельность»
Поволжский государственный университет сервиса
Россия, г. Тольятти

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация: в статье рассматривается важность учета и оценки аспектов управления персоналом на торговом предприятии, необходимость постоянного контроля работников в целях успешного функционирования предприятия.

Ключевые слова: управление персоналом, система управления персоналом, подготовка кадров, обучение персонала, трудовые отношения, мотивация персонала.

Переход к рыночным отношениям и их развитие, приоритетность вопросов качества продукции и обеспечение ее конкурентоспособности изменили требования к работникам торговых предприятий, повысили значимость творческого отношения к труду и высокого профессионализма. Это привело к существенным изменениям в принципах, методах, социальных и психологических вопросах управления персоналом, повысило роль таковых в организации.

Значительно повысилась и роль кадровых служб, которые в настоящее время должны более активно вовлекаться в процесс подготовки и реализации стратегии организации в направлении управления персоналом.

До последнего времени само понятие «управление персоналом» в управленческой практике отсутствовало. Правда, система управления каждым предприятием имела функциональную подсистему управления кадрами и социальным развитием коллектива, но большую часть объема работ по управлению кадрами выполняли линейные руководители подразделений. [2]

Основным структурным подразделением по управлению персоналом до сих пор является отдел кадров, на который возложены функции по приему и увольнению работников, а также по организации их обучения, повышения квалификации и переподготовки. Для выполнения последних функций нередко создаются отделы подготовки кадров или отделы технического обучения.

Создавшаяся в нашей стране ситуация, изменение экономической и политической систем одновременно несут как большие возможности, так и серьезные угрозы для торгового предприятия с точки зрения трудовых ресурсов. Управление персоналом в такой ситуации приобретает особую значимость: оно позволяет реализовать целый спектр вопросов адаптации работника к внешним условиям, учет личностного фактора в построении системы управления персоналом. [3]

Можно выделить три фактора, оказывающие воздействие на людей. Они представлены на рисунке 1.

Рис. 1. Факторы, влияющие на работников предприятия

Эти факторы воздействия достаточно сложные по своей структуре и на практике редко реализуются в отдельности. От того, какому из них отдается приоритет, зависит облик экономической ситуации в организации.

При переходе к рынку происходит медленный отход от иерархического управления к рыночным взаимоотношениям, отношениям собственности. Для того, чтобы иерархия структуры предприятия как фактор воздействия отошла на второй план, уступив место культуре и рынку, необходимо повернуть сознание работников к потребителю, а не к

начальнику; к прибыли, а не к расточительству; перейти к социальным нормам, базирующимся на здравом экономическом смысле, не забывая при этом о нравственности.

Основу концепции управления персоналом организации в настоящее время составляют возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение формировать их и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией.

Обобщение опыта отечественных и зарубежных организаций позволяет сформировать главную цель системы управления персоналом: обеспечение кадрами, организация их эффективного использования, профессионального и социального развития. [4]

Необходимость отдела кадров зависит от следующих факторов:

- размера предприятия
- сложности законодательства
- уровня квалификации персонала
- развитости и сложности социальных отношений
- возможностей руководителя и его интереса к проблемам персонала

В малых фирмах кадровыми вопросами обычно заведует одно лицо (руководитель); в средних и крупных - специальные подразделения.

В структуре управления персоналом выделяют несколько блоков.

1. Блок формирования персонала (комплектование, изучение, подготовка, увольнение).

2. Блок распределения и перераспределения персонала (первичная расстановка, профессиональная адаптация, перемещения).

3. Блок создания условий использования персонала (охрана труда, организация медицинского и социального обслуживания, выработка методов стимулирования).

4. Блок разработки нормативов по персоналу (производительности, расхода времени, оплаты труда).

5. Подразделения по созданию и совершенствованию структуры и системы управления, осуществляющие их проектирование и управление процессами формирования.

На сегодняшний день в России работа с кадрами рассредоточена в основном между разными службами и подразделениями организации. Так, численность персонала, общий фонд заработной платы обычно определяет плановый отдел; подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров осуществляет отдел технического обучения. Нормирование труда, анализ производительности труда, установление разрядов, форм и систем заработной платы, численности специалистов, составление штатного расписания являются обычно функцией отдела труда и заработной платы. Приемом и увольнением сотрудников, анализом их движения, поддержанием трудовой дисциплины занимается отдел кадров. Обоснование норм труда, их

корректировка, механизация и автоматизация производственных процессов находятся в ведении технического отдела. [5]

В основу системы управления персоналом предприятия положены следующие определяющие принципы.

1. Включение в процесс управления персоналом всех руководящих звеньев, высшего и ведущего менеджмента, линейных руководителей, построение системы обучения руководящего звена принципам и методам управления персоналом, разработка методических указаний по работе с персоналом для руководителей всех уровней.

2. Единство политики работы с персоналом во всех подразделениях предприятия, доступная единая терминология, открытость и понятность технологии и мероприятий управления персоналом всем работникам предприятия.

3. Подбор, расстановка и выдвижение кадров по профессиональным, деловым, нравственным, психологическим качествам на основе конкурсного отбора, а также объективной оценки их деятельности.

4. Постоянное обновление кадров в сочетании с их преемственностью, качественное обогащение персонала.

5. Обеспечение оптимальной занятости персонала, максимального использования мастерства и опыта каждого работника, интеллектуального потенциала всех трудовых ресурсов, эффективной организации труда и обеспечение его безопасности.

6. Создание условий для профессионального и личностного роста работников, развитие систем мотивации высокопроизводительного труда.

7. Повышение уровня жизни работников и членов их семей, создание системы социально-трудовых прав и гарантий, улучшающих положение работников предприятия, формирующих сознание корпоративной принадлежности и укрепляющих ее привлекательность.

8. Создание благоприятного психологического климата в коллективах.

9. Практическая реализация принципов социального партнерства и взаимной ответственности сторон в отношениях представителей работодателя и представителей работников.

10. Плановость управления персоналом на основе установления конкретных целей в каждой сфере управления, являющихся составной частью общего плана по развитию персонала.

11. Получение о работниках адекватной информации, способствующей формулированию текущих целей, задач кадровой политики.

12. Максимальное внедрение современных кадровых технологий и компьютеризации процессов управления персоналом.

13. Гибкое и постоянное развитие системы управления персоналом, адекватно отвечающее текущим интересам предприятия.

Система управления персоналом является базой для реализации стратегии развития предприятия в целом. Иерархия приоритетов основных составляющих системы управления персоналом определяется стратегией

предприятия и оперативными целями на текущий момент. [1]

Система управления персоналом предприятия включает в себя несколько основных элементов, которые более подробно представлены в таблице 1.

Табл. 1

Содержание элементов системы управления персоналом

№	Элементы системы управления персоналом	Мероприятия системы управления персоналом
1	Прогнозирование и перспективное планирование персонала	- разработка штатных расписаний, отвечающих текущей производственной программе, бизнес - плану, решаемым задачам каждого подразделения; - разработка требований к персоналу по должности и профессиям; - анализ имеющегося кадрового потенциала (избыточности или недостатка рабочей силы) и динамики развития персонала; - анализ индивидуальных планов развития персонала (планирование карьеры); - планирование и прогнозирование потребности в персонале, исходя из стратегических и оперативных целей предприятия; - управление затратами на персонал.
2	Обеспечение кадрами	- анализ рынка труда; - формирование системы взаимосвязи с внешними источниками, обеспечивающими предприятие кадрами (учебные заведения, кадровые агентства и т.д.); - выбор источников найма персонала (анализ внутреннего резерва и/или привлечение персонала из внешних источников); - разработка вариантов движения (ротации) персонала; - организация отбора и разработка методов оценки кандидатов на вакантную должность; - выбор путей, порядка и процедуры высвобождения/увольнения персонала; - обеспечение социальных гарантий увольняющимся работникам.
3	Управление развитием персонала	- введение в должность и адаптация новых работников (ознакомление сотрудника с его должностными обязанностями и ролью в организации, знакомство с компанией в целом, ее структурой, с действующими правилами и рабочими процедурами, нормами и ценностями, традициями); - обучение, переподготовка и повышение квалификации (разработка программ и планов обучения, выбор места и методов обучения);

		- текущая периодическая оценка (аттестация) кадров (определение критериев, методов и процедур оценки персонала); - планирование и реализация индивидуальной деловой карьеры (определение индивидуальных профессиональных целей и потребностей сотрудников и согласование их с целями предприятия, организация планомерного горизонтального и вертикального продвижения работника внутри предприятия); - организация работы с кадровым резервом.
4	Мотивация и стимулирование персонала	- нормирование и тарификация труда, развитие системы оплаты труда, формы морального поощрения и взысканий персонала; - разработка программ социального развития (организация социального и медицинского страхования, организация общественного питания, отдыха, обеспечение детскими учреждениями, негосударственный пенсионный фонд и т.д.); - определение удовлетворенности работой и взаимоотношениями в коллективе, определение степени лояльности к компании, социально-психологический климат; профилактика и управление производственными конфликтами и стрессами; - формирование системы внутрифирменных коммуникаций (степень доступности и способы распределения внутри предприятия информации о позициях на рынке, ее перспективах и целях, о происходящих на предприятии; - укрепление и пропаганда существующих на предприятии этических норм, системы ценностей, традиций.
5	Организация труда	- оценка условий и графика работы (физические и социально-бытовые условия, в которых выполняется работа, организация рабочих мест, распределение рабочего времени); - формирование системы требований к дисциплине, методы и организация контроля; - планирование работ, разработка должностных инструкций; - определение степени и характера участия персонала в принятии решений и постановке целей и задач; - разделение функций и распределение зон ответственности между сотрудниками, система отчетности, оценка выполнения работы

		(критерии и технология проведения оценки качества работы, использование результатов оценки для разработки программ обучения, планирования карьеры, определения вознаграждения).
6	Администрирование	- учет персонала (учет найма, обучения, взысканий и поощрений, перемещений и увольнения персонала, персональное досье); - оформление трудовых правоотношений (кадровых документов (больничные листы, заявления, приказы), ведение трудовых книжек, подготовка трудовых контрактов).

Таким образом, было обосновано высокое значение учета, постоянного изучения и контроля над организационными аспектами управления персоналом на предприятии. Их совершенствование обеспечит рост не только экономической, но и социальной эффективности, что является важнейшей предпосылкой к благополучию предприятия и его персонала.

Использованные источники:

1. Аширов Д.А. Управление персоналом [Текст] / Д.А. Аширов - М.: ТК Велби, 2010 - 510 с.
2. Зайцев Л.Г., Стратегический менеджмент [Текст] / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова - М.: Экономистъ, 2002 - 416 с.
3. Травин В.В. Менеджмент персонала предприятия [Текст] / В.В. Травин, В.а. Дятлов - М.: 2011 - 144 с.
4. Кукина С.Д., Теоретико-практический подход к оценке эффективности управления персоналом с позиции использования квалификации [Текст] / С.Д. Кукина - Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия Экономика. Выпуск № 1 (33) / Тольятти: ИПЦ ПВГУС, 2014 – С. 181-190.
5. Цветаев В.М. Кадровый менеджмент [Текст] / В.М. Цветаев - М.: ТК Велби, Издательство «Проспект», 2004 - 160 с.

Власова А. Д.
магистрант 1 курса
экономический факультет
Воробьева С.А., к.э.н.
доцент
кафедра менеджмента
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Саранск

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются теоретические аспекты и пример практического использования стратегического анализа как одной из составляющих стратегического управления для автотранспортного предприятия. В качестве его основных инструментов выступают анализ

факторов внутренней среды бизнеса, пятифакторная модель конкуренции, SWOT-анализ, PEST-анализ, матрица BCG и др. На их основе были выработаны основные направления совершенствования деятельности компании. Проведено сравнение экономической эффективности вариантов перевода автобусов на альтернативные виды топлива.

Ключевые слова: стратегический анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ, матрица BCG, бизнес-портфель, экономическая эффективность.

In the article theoretical aspects and example of the practical use of strategic analysis are examined as one of constituents of strategic management for a motor transport enterprise. The analysis of factors of internal environment of business, fivefactor model of competition, come forward as his basic instruments, SWOT- analysis, PEST- analysis, matrix of BCG of and other. On their basis basic directions of perfection of activity of company were mine-out. Comparison of economic efficiency of variants of translation of busses is conducted on the alternative types of fuel.

Keywords: strategic analysis, SWOT- analysis, PEST- analysis, matrix of BCG, business-brief-case, economic efficiency.

На сегодняшний день стратегическое планирование и анализ являются фундаментом успешного развития компании в долгосрочной перспективе.

Целью исследования является изучение теоретических и практических аспектов стратегического анализа деятельности организации и улучшение на его основе конкурентных позиций автотранспортного предприятия.

Разные авторы по-разному подходят к раскрытию сущности стратегического анализа [1, 2, 3, 4, 5]. Одни считают, что процесс стратегического анализа порожден результатами изучения внутренней и внешней среды организации. Другие авторы рассматривают процесс стратегического планирования вместе со стратегическим анализом как процесс разработки процедур и операций, необходимых для достижения будущего.

Под стратегическим анализом мы будем понимать инструмент исследования внутренней и внешней среды организации, способствующий стратегическому выбору развития организации, предоставляя обоснованные альтернативы и ключевые критерии выбора.

Объектом исследования является стратегический анализ деятельности автотранспортного предприятия ООО «АРС-АВТО». Предметом исследования является внутренняя и внешняя среда данной организации.

Транспортная компания ООО «АРС-АВТО» начала свою деятельность в 2003 году в г. Димитровграде Ульяновской области. За 12 лет компания зарекомендовала себя как ответственный, надежный и безопасный поставщик услуг по перевозке пассажиров.

Основными направлениями деятельности фирмы являются:

– автомобильные внутригородские и междугородние перевозки пассажиров;

– транспортные услуги юридическим и физическим лицам;

– перевозка грузов, пассажиров на внутригородских и междугородных маршрутах;

– обеспечение перевозок по контракту с турагентствами и другое.

В рамках анализа внутренней среды было выявлено следующее. Основные показатели деятельности организации свидетельствуют, что компания является рентабельной. Наиболее доходным направлением выступает организация внутригородских перевозок по маршрутам. Средняя заработная плата компании находится на уровне средней по городу.

Самой большой статьей расходов являются затраты на горюче-смазочные материалы (ГСМ). Автопарк организации представлен 28 автобусами (марки ПАЗ, ГАЗ, ДЭУ) с разным периодом эксплуатации (от 1 года до 10 лет).

В рамках анализа внешней среды была составлена пятифакторная модель анализа конкуренции (рис. 1).

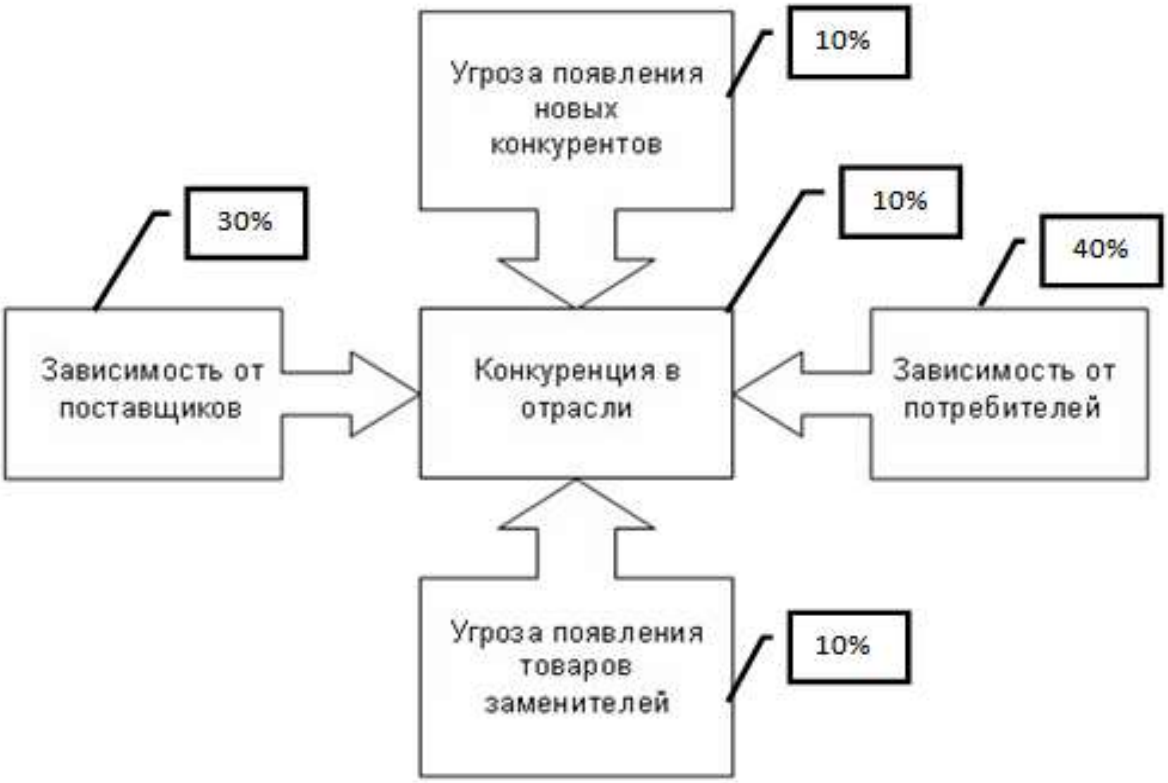


Рисунок 1 – Пятифакторная модель анализа конкуренции ООО «АРС-АВТО»

Конкуренция в отрасли небольшая (10%), так как все перевозчики занимают фиксированные ниши на рынке пассажирских перевозок. Зависимость от поставщиков достаточно велика и составляет 30%, так как непосредственно от цены и качества на топливо и запасные части зависит работоспособность компании. Угроза появления заменителей имеет влияние порядка 10%, потому как маршрутные автобусы в маленьком городе могут заменить лишь личные автомобили и такси, но они доступны не всем, поэтому всегда останутся люди, пользующиеся автобусами. Самую большую

силу влияния имеют потребители (40%), так как непосредственно от их количества и платежеспособности зависит доход компании.

Также был проведен PEST – анализ, который показал, что наиболее значимые факторы макросреды это цены на энергоресурсы, регулируемые государством цены на городской транспорт и численность постоянного экономически активного населения в городе.

На основе профиля стратегии предприятия был сделан вывод о том, что по показателю активного использования методов продвижения продукции на рынке стратегия ООО «АРС-АВТО» далеко отстоит от оптимальной. Именно здесь и находится «узкое место» в стратегии и именно сюда нужно направлять основные усилия для ликвидации стратегического разрыва. По прочим показателям наблюдается небольшое отклонение от оптимальной стратегии или совпадение с ней.

Комплексная оценка потенциала ООО «АРС-АВТО» (табл. 1) наглядно показывает, что ООО «АРС-АВТО» имеет весьма неплохое положение по сравнению с конкурентами. Оно уступает лишь одному явному лидеру АТП Рожков М.Ю. в основном за счет качественных характеристик автопарка.

Таблица 1 – Комплексная оценка потенциала ООО «АРС-АВТО» в сравнении с основными конкурентами

Факторы успеха	Оценка действующего потенциала предприятия, баллы (1-5)			
	ООО «Валентина и Ко»,	ООО «Саланг»	АТП Рожков М.Ю.	ООО «АРС-АВТО»
Менеджмент:				
• соответствие системы управления особенностям среды предприятия;	4	4	4	4
• управление риском;	3	3	4	4
• мотивация и стимулирование труда;	3	3	3	3
• имидж предприятия в глазах общественность	3	4	5	4
Финансовое управление:				
• управление денежными потоками;	3	3	4	4
• ликвидность;	3	3	3	3
• возможность получения кредитов	2	3	5	4
Автопарк:				
• оснащенность автопарка;	4	3	5	4
• применение современных транспортных технологий;	3	3	4	3
	2	3	5	3

• охват рынка				
Итого среднее арифметическое	**30**	**32**	**42**	**36**

SWOT-анализ деятельности организации показал, что ООО «АРС-АВТО» – стабильно развивающаяся автотранспортная компания с многолетним опытом работы и большой социальной направленностью. У организации большое количество постоянных клиентов, заказывающих автобусы. К ним относятся как физические лица, так и различные муниципальные образования. За долгий опыт работы компания уже заняла определенную нишу на рынке пассажирских перевозок, заработала известность и признание потребителей.

В распоряжении фирмы находятся необходимые финансовые ресурсы, сотрудники фирмы – квалифицированные работники, имеющие большой опыт работы. Однако у компании имеется и ряд проблем, которые ей предстоит решить. Это в первую очередь недостаточно активное использование методов продвижения услуг фирмы и техническая оснащенность. Актуальной является возможность использования производственных площадей фирмы для оказания новых видов услуг. Наибольшая угроза – простои подвижного состава.

Для того, чтобы понять, какие автотранспортные услуги действительно стоит продвигать, а от каких стоит отказаться в рамках конкуренции на рынке автобусных пассажирских перевозок г. Димитровграда, был проведен анализ ООО «АРС-АВТО» по модели BCG и составлены следующие рекомендации по формированию бизнес-портфеля (рис. 2):

– стараться сохранить и увеличить долю своего бизнеса на рынке заказных автобусов;

– стараться сохранить и увеличить долю своего бизнеса на рынке организации внутригородских перевозок по маршрутам;

– контакты с туроператорами, достаточно перспективное направление, но требует больших финансовых вложений на расширение автопарка, следует провести анализ перспективности данного направления перевозок;

– либо довольствоваться долей рынка междугородних перевозок, либо вести сокращение по данному направлению перевозок.

Звезды.	***Трудные дети.***
К ним будут относиться заказные автобусы. Эта услуга всегда пользуется популярностью, в основном из-за большого количества постоянных клиентов. Это направление приносит компании хороший доход, но также требует дополнительного продвижения и технического развития.	К ним относится относительно новая бизнес – область, связанная с заключением договоров с туроператорами, для осуществления автобусной перевозки туристов на отдых в передах России. Это направление является достаточно прибыльным, но для дальнейшего его развития в более крупных масштабах требуется большое количество финансовых вложений.
Дойные коровы.	***Собаки.***
Сюда, мы можем отнести организацию внутригородских перевозок по маршрутам. Данное направление имеет достаточно большую долю рынка. Работа по данному направлению обеспечивает достаточную прибыль, для того, чтобы удерживать на рынке свои конкурентные позиции. Поток денежной наличности на этой позиции хорошо сбалансирован. Для успешного функционирования не требуется никаких дополнительных вложений.	В эту область мы отнесем организацию междугородних перевозок. В реализации данной услуги компания имеет очень малый сегмент деятельности. Эта область с большим трудом генерирует доход организации из-за своей небольшой доли на рынке.

Рисунок 2 – Характеристика бизнес – портфеля на основе матрицы BCG для ООО «АРС-АВТО»

Как было отмечено ранее, наиболее значимой статьей расходов организации являются расходы на ГСМ, цены на которые постоянно растут. Поэтому в рамках направления совершенствования были рассмотрены варианты перехода на альтернативные виды топлива: дизель, пропан и метан (табл. 2).

Таблица 2 - Сравнение экономической эффективности вариантов перевода автобусов на альтернативные виды топлива для ООО «АРС-АВТО»

Наименование показателя	ДТ	Пропан	Метан
Расход, л/100км (м3/100 км для метана)	37,70	43,35	33,90
Месячный расход при пробеге 3000 км, л (м3 для метана) ДТ/газ	1131,00	650,25/ 565,50	762,75/282,75

Месячные затраты на топливо при пробеге 3000км, руб.	35061,00	26959,13	17155,50
Месячная экономия, руб.		8101,87	17905,50
Годовая экономия, руб.		97222,44	214866,00

Анализ показал, что несмотря на более высокую стоимость газобаллонного оборудования, установка оборудования работающего на метане позволит экономить на топливе значительно больше, чем на пропане.

Работы по переоборудованию автопарка ужа начали проводиться в ООО «АРС-АВТО». Переоборудованию будут подвергаться автобусы, пробег которых наименьший на момент переоборудования. Это необходимо для увеличения срока службы и уменьшения срока окупаемости.

Мы надеемся, что представленные рекомендации по стратегическому развитию компании позволят ей и далее оставаться одним из лидеров на рынке автотранспортных услуг Димитровграда.

Использованные источники:

1. Александрова, А.В., Курашова, С.А. Стратегический менеджмент: учебник / А.В. Александрова, С.А. Курашова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 320 с.
2. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.Т. Зуб. – М.: Юрайт, 2013. – 375 с.
3. Ляско, А.К. Стратегический менеджмент. Современный учебник / А.К. Ляско. – М.: ИД Дело АНХ, 2013. - 488 с
4. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: учебник / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 288 с.
5. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд; Пер. с англ. А.Р. Ганиева, Э.В. Кондукова. – М.: Вильямс, 2013. – 928 с.

Гарифуллина А.Ф., к.полит.н.
доцент
Шубенкова В.А.
студент 4 курса
факультет информационных технологий и управления
Башкирский государственный аграрный университет
Российская Федерация, г. Уфа

СООТНОШЕНИЕ ФОРМАЛЬНЫХ И НЕФОРМАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РФ

Аннотация: в данной статье рассмотрена сущность управленческих решений государственных и муниципальных органов, соотношение

формальных и неформальных аспектов в принятии управленческих решений, а так же выявлена проблема использования формальных методов.

Ключевые слова: управленческое решение, аппарат управления, органы государственной власти, неформальный и формальный аспекты принятия решений, проблема, пути решения проблем.

Управленческое решение - важнейший вид управленческого труда, а также совокупность взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, которые обеспечивают реализацию задач в системе государственного и муниципального управления[1].

Управленческое решение может принимать как руководитель организации, так и коллектив. От решения зависит дальнейшая деятельность органов управления, уровень и качество жизни населения, путь развития города, региона, а так же страны в целом. Поэтому следует ответственно и грамотно подходить к решению поставленных перед руководителем задач, применяя возможные механизмы управленческих решений.

Одно из наиболее важных предназначений государственной организации – решение стоящих перед ней проблем в соответствии с ее стратегическими и тактическими целями. Принятие решений, так же как и обмен информацией, - составная часть любой управленческой функции. Необходимость принятия решений возникает на всех этапах процесса управления, связана со всеми участками и аспектами управленческой деятельности. Поэтому так важно понять природу и сущность решений, а так же определить, какое решение приведет к эффективному результату[1].

Необходимо умело использовать классификационные признаки управленческих решений. Это позволит произвести управленцу структуризацию стоящей перед ним задачи и поможет ему более четко формулировать и разрешать проблемы управления при правильном использовании формальных или неформальных аспектов в принятии решений[2].

Актуальность исследования данной темы обусловлена тем, что руководители аппарата управления в Российской Федерации избегают неформального аспекта в принятия решений и выборы альтернативы, основываясь на традиционных методах: анализирование проблемы, составление приказов, распоряжений, постановлений и договоров, оформленных в документальном порядке с использованием жесткого административного контроля исполнения данного решения.

Для государственного аппарата управления характерно формальное принятие решений, связанных с рутинным выполнением задач и использованием IT-технологий, как это показывает практика. Но более эффективного результата в системе государственного и муниципального управления можно добиться сочетанием двух аспектов (формального и неформального)[3].

Большинство руководителей системы управления к неформальному

аспекту относятся отрицательно, считая его результатом некомпетентного решения задач. Но неформальный аспект в принятии решения в мировой практике – это явление естественное и от качества общего управления не зависит.

Применение только формальных методов является преградой на пути модернизации и нововведения в области управления. Так же отрицательное отношение руководства к неформальному аспекту в целом ведет к упущению эффективных факторов влияния на систему государственного и муниципального управления в целом.

Решить данную проблему можно благодаря следующим предложениям:

1) признание аппарата управления неформальных аспектов и грамотное сочетание их с формальными аспектами;

2) прислушивание руководства к мнению сотрудников и ориентация на мнения населения (объектов управления); [5]

3) использование исключительно компетентных неформальных действий, которые не приведут к негативным последствиям в ходе решения проблемы;

4) сокращение или ограничение бюрократических приемов: директив, приказов и прочей официальной документации, а так же пересмотр общей концепции системы государственного и муниципального управления в Российской Федерации;

5) внедрение в систему творческого подхода (организация мероприятий, конкурсов, состязаний по привлечению населения к здоровому образу жизни через подобные механизмы, развитие у населения патриотических чувств, сплоченности, признание общенационального лидера и прочее);

6) создание комплекса обратной связи между государственными органами и населением, т.е. разработкой надежной системы обратной связи и созданием дополнительных собраний населения и органов управления для решения важных управленческих задач[4].

Используя все эти принципы, и все больше развивая неформальное управление в организациях, системе государственного и муниципального управления, можно достичь многих целей. Поэтому государственным и муниципальным служащим, руководителям структурных подразделений следует уделять особое внимание внедрению неформальных аспектов управления в принятии решений. Так как от конкретной ситуации, политической системы, проводимой государством, в корне зависит путь развития страны, будущее многочисленного народа и дальнейший план, направленный на реализацию задач, постановку целей и достижения эффективных результатов.

Использованные источники:

1. Злобина, Н.В. Управленческие решения [Текст] Злобина//Учебное пособие.//Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.- С.33-34

2. Пужаев, А. В. Управленческие решения [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. В. Пужаев.- М.: Кнорус, 2012 г. – С. 100
3. Гарифуллина А.Ф. Роль «электронного правительства» в обществе// А.Ф. Гарифуллина, В.В. Тимиргалина//[Электронный ресурс]URL:sci-article.ru
4. Гарифуллина, А.Ф. Диссертация «Информационная политика органов государственной и муниципальной власти»[Текст]:А.Ф. Гарифуллина [Текст]: М.: БГАУ,2011
5. Ханнанов Р. А., Ханнанова Т. Р. События в системе правового обеспечения модернизации социально- экономического развития России: теория и практика. Уфа: Башкирский ГАУ, АН РБ, 2012. 162 с.

Гладких О.А.
студент 2-ого курса магистратуры
Макушева Ю.А., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «экономика фирмы»
ННГУ им. Н.И. Лобачевского
«Институт экономики и предпринимательства»
Россия, г. Нижний Новгород

СОКРАЩЕНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ
REDUCTION OF WORKPLACES IN MODERN ECONOMY

Аннотация

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных организациях увольнение по сокращению штатов является достаточно распространенным и легальным инструментом для оптимизации количества работников и штатных единиц в компании. В статье определены основные понятия высвобождения персонала и сокращения рабочих мест. Рассмотрены требования законодательства РФ к сокращению рабочих мест. Приведен практический пример вынужденного сокращения рабочих мест в Британской нефтегазовой компании British Pertoleum (BP).

Annotation

Relevance of a subject is caused by that in the modern organizations the redundancy is rather widespread and legal tool for optimization of number of workers and established posts in the company. In article the basic concepts of release of the personnel and reduction of workplaces are defined. Requirements of the legislation of the Russian Federation to reduction of workplaces are considered. The practical example of the compelled reduction of workplaces in the British oil and gas company British Pertoleum (BP) is given.

Ключевые слова: *Трудовой кодекс РФ, высвобождение персонала, сокращение рабочих мест, увольнение, трудовой договор, приказ о*

сокращении рабочих мест, письменное уведомление об увольнении

Keywords: *Labor code of the Russian Federation, release of the personnel, reduction of workplaces, dismissal, employment contract, order on reduction of workplaces, written notice of dismissal*

Высвобождение персонала – это вид кадровой технологии, предполагающий комплекс мероприятий по соблюдению правовых норм и организационно-психологической поддержке со стороны администрации при увольнении сотрудников. Осуществляет этот комплекс мероприятий служба управления персоналом. Следует различать понятия «высвобождение» и «увольнение». Увольнение обозначает прекращение трудового договора между администрацией и работником. Высвобождение же персонала - это максимально возможное смягчение перехода в иную производственную, социальную и личную ситуацию. Реализуется она в разных формах в зависимости от видов увольнений. На основании степени добровольности ухода работника из организации выделяют три вида увольнения:

увольнение по инициативе работника;

увольнение по инициативе работодателя;

выход на пенсию.

Одним из видов увольнения по инициативе работодателя является увольнение по сокращению штатов – это расторжение трудового договора по инициативе работодателя, связанное с ликвидацией должности в целом либо уменьшением штатных единиц по какой-то должности. Регламентируется данная процедура положениями статьи 81 Трудового кодекса Российской Федерации.

Порядок увольнения по сокращению штатов.

Расторжение трудового договора проводится на основании заявления сотрудника, после утверждения новогоштатного расписания и издания соответствующего приказа.

По законодательству работодатель обязан:

•уведомить заблаговременно (за 3 месяца) службу занятости об увольнении работников по сокращению штата;

•уведомить заранее (за 2-3 месяца) и получить согласие профсоюзного органа (в течение 7 дней после уведомления) о планируемых мероприятиях;

•учесть преимущественное право на оставление некоторых сотрудников (с более высокой квалификацией и производительностью труда, «чернобыльцев», допущенных к государственной тайне на постоянной основе, Героев СССР, РФ и полных кавалеров ордена Славы);

•предупредить работников персонально за 2 месяца до предстоящего увольнения под роспись в приказе о планируемом сокращении;

•предложить подлежащим сокращению сотрудникам перевод на другую вакантную должность в этой же организации. В случае отказа составляется акт об отказе с личными подписями работников;

•выплатить отстраняемым от должности работникам выходные пособия.

Досрочное увольнение при сокращении, т.е. раньше, чем через 2 месяца после предупреждения, возможно только с письменного согласия сотрудника (заявления).

По законодательству работодатель не имеет права сократить работника:

•в период пребывания в отпуске;

•при временной нетрудоспособности;

•беременных, женщин с детьми в возрасте до 3 лет, одиноких матерей, у которых на воспитании находится ребенок в возрасте до 14 лет или ребенок-инвалид в возрасте до 18 лет, иных лиц, занимающихся воспитанием вышеуказанных детей без матери;

•в возрасте до 18 лет – лишь при согласии соответствующих государственных органов.

Выплаты при увольнении по сокращению штатов.

При расчете по сокращению численности работников выплаты выходного пособия регламентируются положениями статьи 178 ТК РФ. Его размер составляет величину среднемесячного заработка сотрудника. Помимо этого, за работником сохраняется среднемесячный заработок до момента трудоустройства, но на период не более 2-х месяцев после увольнения. При этом в средний заработок включается и вся сумма выходного пособия. В некоторых случаях по решению органа службы занятости данный период может быть продлен до 3-х месяцев при условии обращения сотрудника в службу занятости в двухнедельный срок после ухода с работы и нетрудоустройства данным органом.

При увольнении по сокращению должности с работника не должны удерживать денежные суммы за неотработанные дни отпуска, использованного авансом.

В случае освобождения от должности без предупреждения работодатель обязан выплатить сотруднику, помимо выходного пособия, дополнительную компенсацию в размере двухмесячного среднего заработка.

Оформляется увольнение по сокращению по статье 81 ТК и в трудовую книжку вносится следующая запись: «уволен по сокращению штата работников, пункт 2 статьи 81 Трудового Кодекса Российской Федерации», ставится номер и дата Приказа.

На практике часто можно встретить следующую ситуацию: работодатель в буквальном смысле этого слова заставляет сотрудника написать заявление на увольнение по собственному желанию с целью сократить сумму выплат и компенсаций работнику при расчете с ним. Поэтому юридически можно дать совет сотрудникам: если они не хотят расторгать трудовой договор по своей инициативе – тогда нужно отстаивать свои законные права, не позволять оказывать на себя давление, не составлять такое заявление, а собирать доказательства того, что руководство заставляет

уйти.

При увольнении по инициативе администрации сотрудник, как правило, испытывает страх, подавленность и растерянность, так как затрагивает профессиональную, социальную и личностно-психологическую стороны труда. Роль мероприятий по высвобождению заключается в смягчении или в усугублении болезненности состояния. Поэтому главными вопросами в мероприятиях подобного рода являются: сообщение работнику об увольнении и проведение консультации по новой профессиональной ориентации.

Система мероприятий при высвобождении может проводиться индивидуально и в группах. Она включает три этапа: подготовку, передачу работнику сообщения об увольнении, консультирование. На подготовительном этапе решается вопрос о правомерности увольнения, которое возможно только по следующим причинам (в соответствие с российским законодательством о труде): ликвидация организации, несоответствие сотрудника занимаемой должности, неисполнение сотрудником своих служебных обязанностей, прогулы, опоздание более чем на три часа, неявка на работу вследствие болезни в течение более четырех месяцев, появление на работе в алкогольном или наркотическом опьянении, кража государственного или общественного имущества, аморальные поступки и др. Передача работнику сообщения об увольнении является исходным моментом для дальнейшей консультационной работы. Консультирование – это главный момент в ситуации высвобождения персонала. Как правило, включает три этапа: 1) проработка неудач работы на прежних должностях, выработка новых профессиональных и личных целей; 2) концепция поиска нового рабочего места; 3) собственно поиск нового рабочего места.

В качестве примера рассмотрим Британскую нефтегазовую компанию British Pertoleum (BP), которая потратит 1 миллиард долларов на вынужденное сокращение сотен рабочих мест в 2015 году, в связи с резким снижением цен на нефть. Сокращения коснутся представительства BP в США, Великобритании, Азербайджане и Германии, при этом сокращения не затронут работников на платформах.

Руководство компании по вопросу вынужденного сокращения рабочих мест высказалось следующим образом: «В данный момент мы больше сосредоточены на бизнес-целях, однако мы не уделяем меньше внимания вопросам безопасности и ответственности. Нашей целью является сделать BP сильнее и более конкурентоспособной».

Цены на нефть опустились до рекордных минимумов. В частности, стоимость фьючерсов на североморскую нефть марки Brent падала в декабре 2014г. в среднем на 4,9% — до 63,56 доллара за баррель — минимума с июля 2009 года.

BP ожидает увеличения добычи нефти на своих традиционных и глубоководных месторождениях, а также роста добычи газа в долгосрочной

перспективе. С настоящего момента по 2020 год бизнес upstream сконцентрируется на нефти. BP рассчитывает запустить новые проекты, которые могут увеличить суточную добычу более чем на 900 тысяч баррелей нефтяного эквивалента.

В тоже самое время BP заявила, что может сократить капиталовложения на 1-2 миллиарда долларов в 2015 году. В марте компания прогнозировала объем капиталовложений на уровне 24-26 миллиарда долларов.

В течение 2015 года компания также рассчитывает потратить около 1 миллиарда долларов на оптимизацию деятельности в сферах upstream и downstream и корпоративного управления.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации. –М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2007.-208 с.
2. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник. – 2-е изд.,перераб и доп. – М.: ИНФРА-М,2008. – 638с.
3. Трудовое право. Магницкая Е.В., Евстигнеев Е.Н.–2-е изд.–СПб.: Питер, 2009.–208с.
4. «British Pertoleum потратит 1 млр. долл. на сокращение рабочих мест». РИА НОВОСТИ. 11.12.2014г. http://ria.ru/

References

1. Labor code of the Russian Federation. – M.: Shopping Mall Velbi, publishing house Prospectus, 2007.-208 pages.
2. Kibanov A.Ya. Human resource management bases: Textbook. – 2nd prod., the reslave and additional – M.: INFRA-M,2008. – 638s.
3. Labor law. Magnitskaya E.V., Yevstigneyev E.N. – the 2nd prod. – SPb.: St. Petersburg, 2009. – 208s.
4. "British Pertoleum will spend 1 млр. dollars on reduction of workplaces". RIA NOVOSTI. 11.12.2014g. http://ria.ru/

Гордеева А.Г.
студент
Сибирский институт бизнеса
и информационных технологий
Россия, г. Омск

МЕТОДЫ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

Статья посвящена вопросам совершенствованию кадровой политике, разграничению обязанностей работников, а также автор рассматривает профессиональную переподготовку кадров. Особое внимание уделяется совершенствованию кадровой политики. На основе проведенного исследования можно выделить несколько наиболее эффективных методов для совершенствования кадровой политики.

Ключевые слова: кадровая политика, менеджер, агентство по найму,

профессиональная переподготовка, центр занятости, уровни управления.

Article is devoted to the improvement of personnel policies, segregation of duties of employees, and the author considers the retraining of personnel. Particular attention is paid to the improvement of human resources policy. On the basis of the study there are several the most effective ways to improve personnel policy.

Keywords: human resources policy, management, employment agency, vocational training, employment center, levels of management.

У каждого сотрудника есть свое мнение, как улучшить свою работу. Чтобы у работников не пропало желание реализовать свои цели, следует организовывать свой рабочий процесс, не боясь санкций. [1,с.215]

Профессиональная переподготовка кадров. Сотрудник проходит обучение в самой фирме. Сотрудник должен разбираться во всех технологиях фирмы. Обучение на месте производства организуют отдельные центры внутри организации.

«Менеджер - специалист по управлению фирмы. Он организует работу на фирме, руководит производством, деятельностью ее сотрудников, менеджер входит в средний и высший состав руководства фирмы».[2, с.306]

Для совершенствования кадровой политики менеджер может применять новые методы или расширять уже имеющиеся:

- Совмещение профессий. Соединяя профессию, можно сэкономить средства, которые появляются, когда не выполняется необходимая работа. Если сотрудник себя зарекомендует и место освободится полностью, его можно оставить на данной должности.
- Центры занятости. Многие организации обращаются за помощью в центры занятости в качестве источника занятости людей. Эти службы могут помочь найти не слишком квалифицированный персонал (для простой, рутинной работы, возможно, требующей неполной занятости).
- Агентства по найму (кадровые агентства). Чтобы избежать трудности и сэкономить время в наборе нового персонала, менеджер пользуется услугами таких агентств. Менеджер предоставляет заявку агентству с указанием всех необходимых требований к соискателю, а также с условиями труда.
- Поиск соискателей через средства массовой информации. Самостоятельно отбирать и принимать сотрудников практикуют много фирм. В этом случае очень важно хорошо представлять себе, к каким средствам массовой информации они обращаются.

У менеджеров особый предмет труда - информация, работая с которой они принимают решения, необходимые для изменения состояния управляемого объекта. При этом разнообразие решаемых задач вызывает необходимость в сборе, обработке, передаче и использовании множества самой разной информации, касающейся организации в целом, ее отдельных подсистем и элементов, а также внешней среды. [2, с.191] Новые требования

к поступившей информации увеличивается за счет сложности управленческих задач. Поэтому особое значение имеют средства работы с информацией, являющиеся орудиями труда менеджеров. В современных условиях это компьютеры, системы телекоммуникаций, Интернет и информационные технологии, позволяющие не только экономить время, связанное с принятием решений, но и повышать их качество.

Выполнять определенные виды деятельности, разграничивать их обязанности, прав и сфер ответственности все это является главным фактором ,который приведет к повышению результативности менеджмента. Соответственно этому в организациях выделяют следующие виды разделения труда профессиональных управляющих: функциональное, структурное, технологическое, профессионально-квалификационное.

Сформированные группы работников управления, выполняют одинаковые общие функции менеджмента. Исходя из этого можно сделать вывод, что одни работники управления српециализуются на работах по планированию, другие направляют все свои силы на организацию данных работ, третьи это специалисты по доходам ,а также измерению, результатам и тд. Выделение специалистов из общего состава, которые будут отвечать за процесс управления в целом, а не за единственную функцию является функциональным разделением труда.[3,с.184]

Три уровня управления (низовый, средний, высший) составляют вертикальное разделение труда.

«К низовому уровню относятся менеджеры, которые имеют в подчинении менеджеров исполняющих функции исполнителей. Они осуществляют управление такими первичными подразделениями, как бригады, смены, участки».[2,с. 300]

На среднем уровне менеджеры отвечают за производственный процесс в подразделениях, которые состоят из новых первичных образований.; сюда входят также менеджеры штабных и функциональных служб аппарата управления предприятия, его филиалов и отделений, руководство вспомогательных и обслуживающих производств, целевых программ и проектов.

Высший уровень - это администрация предприятия, осуществляющая общее стратегическое руководство организацией в целом, ее производственно-хозяйственными комплексами.

Число уровней в организациях может быть разным, оно характеризуется большим разнообразиями меняется. Фактическое число уровней на предприятиях характеризуется большим разнообразием и колеблется от двух на малых предприятиях до восьми - десяти в крупных объединениях. На разных уровнях меняется и содержание всех задач. На каждом уровне назначается определенный объем работы по функциям управления. Специализация по ключевым сферам деятельности труда менеджеров. Более глубокое горизонтальное разделение труда менеджеров предполагает их специализацию по ключевым сферам деятельности,

Использованные источники:
1. Анисимов в.М. Кадровая служба и управление персоналом организации. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 280 с.
2. Базаров Т.Ю. Технология центров оценки персонала. Процессы и результаты. М.: КноРус, 2011. - 304 с.
3. Базаров Т.Ю. Управление персоналом/Т.Ю. Базаров. 8-е изд. - М.: Академия, 2010. - 224 с.

Горшенева О.В.
доцент
кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Сенянинова М.Д.
студент 3 курса
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов–на–Дону

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ НОВОГО ПРОДУКТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Статья посвящена роли маркетинга в разработке и реализации новой продукции на предприятии. В статье рассматриваются различные функции, выполняемые маркетологом на определенных этапах жизненного цикла товара, а также отражены возможные сложности при реализации данных функций.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые стратегии, товар рыночной новизны, пробный маркетинг.

Article is devoted to a marketing role in development and realization of new production at the enterprise. In article various functions which are carried out by the marketing specialist at certain stages of life cycle of goods are considered and also possible difficulties at realization of these functions are reflected.

Keywords: marketing, marketing strategy, goods of market novelty, trial marketing.

В условиях постоянно меняющихся запросов потребителей, технологий и конкурентного окружения выживание компании сильно зависит от того, насколько успешно она разрабатывает и внедряет на рынок новые товары и услуги. Однако и после того, как новинка окажется на рынке, она не может быть предоставлена сама себе. Необходимо применять к ней определенные маркетинговые стратегии по мере того, как она проходит стадии своего жизненного цикла: рождение, рост, зрелость и постепенное вытеснение с рынка товарами, лучше удовлетворяющими потребительские нужды.

Для маркетолога новизна товара это понятие, которое может быть правильно определено в пределах "потребность - потребитель - товар - рынок". Каждая из составляющих несет определенный потенциал для предприятия: новый товар при появлении новой потребности; новый товар

под традиционную потребность; новый товар для имеющихся потребителей; новый товар по отношению к уже существующему; новый товар для определенного рынка.

Возникновение новых потребностей, переход к новым группам потребителей или выход на новые рынки - альтернативные возможности проявления новизны. Выход с новым товаром на рынок связан с риском. Среди причин, приводящих к неудачам, можно выделить: ошибочное определение спроса потребителей, дефекты товара, недостаточные усилия по продвижению товара, завышенная цена, ответные действия конкурентов, неверно выбранное время для выхода на рынок и др. [1]

Производство товаров рыночной новизны - ключевой фактор коммерческого успеха в связи с тем, что позволяет предприятию занимать на рынке в течение определенного периода монопольное положение и получать более высокую, по сравнению со средней по отрасли.

Поскольку товар определяет нормы реализации и прибыли, то и вся совокупность мер, связанных с товаром, - его разработка, создание, производство, продажа, сервис, реклама и т. д. - занимает центральное место в коммерческой политике и практике предприятия.

Процесс планирования нового товара включает следующие стадии: генерацию новой идеи; разработку концепции нового товара и ее оценку; экономический анализ; разработку продукции; тестирование или пробный маркетинг; коммерческую реализацию [2].

По мере развития рынка, участие маркетолога в разработке нового товара становится более существенным, и специалист присутствует на каждом из этапов процесса. В частности, на этапе отбора идеи маркетолог участвует в нескольких направлениях. Во-первых, по результатам анализа нужд потребителей и активности конкурентов систематизируют претензии и предложения потребителей по традиционному товару; видение потребителем нового товара; идеи по анализу товаров конкурентов. На этом этапе маркетологи выступают поставщиками информации для разработчиков. Во-вторых, работники служб маркетинга наряду с разработчиками сами выдвигают идеи новых товаров.

После отбора перспективных идей новых товаров проводится достаточно глубокий анализ возможных нововведений и проверка концепции по определенной схеме: возможная прибыльность нововведения; наличие реальных и потенциальных конкурентов в связи с появлением нового товара; оценочная емкость рынка; уровень необходимых вложений; уровень необходимой патентной защиты нового товара; предполагаемые расходы на стадии НИОКР и капитальные вложения в организацию нового производства или модернизацию существующего; график и сроки завершения этапов работ по новому товару; оценка предполагаемой позиции нового товара на рынке; сегменты рынка для нового товара; возможные уровень и сроки окупаемости проекта разработки и производства нового товара.

Все выдвинутые идеи новых товаров сравнивают между собой по перечисленным критериям. При положительных результатах принимается решение об осуществлении определенных проектов и создании установочных партий новых товаров.

Экономический анализ идей может быть осуществлен по следующей схеме: 1) прогноз затрат, связанных с развитием продукта, выходом на рынок и продажей; 2) оценка объема реализации (оборота, выручки); 3) прогноз прибыли; 4) учет неопределенности.

На этапе разработки продукции идею товара воплощают в действительную физическую форму. На этом этапе предстоит принять решение в области конструкции товара, разработки упаковки и др. В области конструкции товара принимается решение о выборе вида и качества материала, метода производства, об установлении стоимости производства на единицу продукции и т. д., в области упаковки - решение по материалам, которые будут использованы при ее изготовлении; уточняются функции, которые она должна выполнять. Также принимаются решения по товарной марке и другим элементам.

Под пробным маркетингом подразумевается реализация товара в одном или нескольких магазинах региона или в нескольких регионах в целях оценки его в реальных условиях до начала полномасштабных продаж. В этом случае можно вести наблюдение за поведением потребителей и конкурентов.[3]

Во время реализации пробного маркетинга следует также принять решение по следующим направлениям: когда, где, как долго проводить кампанию, какую информацию получить и как применить результаты. Длительность проверки зависит от того, какой характер носит продажа. Как правило, период составляет от двух до шести месяцев. Полученная информация и дает фирме необходимые сведения о удовлетворении нужд потребителей, о конкурентах, сильных и слабых сторонах распределения и сбыта.

После завершения пробных продаж фирма готова поставлять продукцию на весь рынок. Коммерческая реализация соответствует этапу внедрения и полноценному началу жизненного цикла продукта. Она включает в себя выполнение всего плана маркетинга и полномасштабного производства. Среди факторов, которые должны рассматриваться на этом этапе, - "скорость" признания товара потребителями, характер признания участниками каналов сбыта, количество торговых точек, элементы продвижения, цены, конкуренция, достижение уровня прибыли [4].

Создание нового товара является определенным риском для предприятия, но также это необходимые действия по поддержанию позиций компании на рынке, противостоянию конкурентам, освоению новых сегментов и расширению своей целевой аудитории. Предприятия не могут допускать стагнацию в своем ассортименте, если хотят продолжать свою деятельность и получать прибыль.

Использованные источники:
1. Прищепенко В. "Понятие новый товар" // "Маркетинг в России и за рубежом", 2012. – С. 87 – 94.
2. Баландин Е. "Маркетинг для малых и средних предприятий" // "Современная торговля", 2014. – С. 33-41 стр.
3. Дудевич Г. "Управление рекламой" // "Управление продажами", 2014, №3.
4. Определение эффективности товарной политики предприятия - Теория и практика маркетинга, исследования рынка, бренд // Менеджмент, реклама, архивы маркетинговых журналов, книги и статьи, анализ комментарии, обсуждения // [Электронный ресурс] URL: http://marketing.spb.ru (Дата обращения: 12.12.2015)

Горшенева О.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Маркетинг и коммуникации в бизнесе»
Южный Федеральный Университет
Павликова Д.А.
студент 3 курса
факультет «Управления»
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПУТИ И СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ

Статья посвящена роли бренда в туризме. В статье рассматривается различные виды бренда, методы использованные для достижения конкурентных преимуществ при выборе стратегии, способы формирования сильного бренда.

Ключевые слова: бренд, туризм, торговые марки, имидж, рынок, услуги.

The article focuses on the role of the brand in tourism. The article discusses the various types of the brand , the methods used to achieve competitive advantages in choosing a strategy , methods of forming a strong brand.

Keywords : brand , tourism , trade mark , image , market services.

Туризм принадлежит к сфере услуг и является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристической индустрии.

Современный этап развития сферы туристических услуг характеризуется высоким динамизмом, усилением конкуренции, синхронным развитием тенденций к специализации и универсализации, диверсификацией, информатизацией, повышением требований к качеству услуг, необходимостью усиления государственной поддержки туризма. И конечно же огромную роль в туризме играет бренд.

Товары, обладающие брендом, или устойчивым набором свойств, отражающихся в сознании потребителей и отличающих их от других подобных товаров, обладают большей ценностью, и позволяют создавать дополнительную стоимость, а также определенные связи с потребителем, увеличивающие их лояльность к товару. Бренд – совокупность эмоциональных связей между торговой маркой и потребителем, предполагающий определенный набор знаний о продукте, влияющих на решение потребителя пользоваться или отказываться от данного продукта. Бренд – один из основных нематериальных активов компании, включающий торговую марку, авторские права, дизайн, репутацию и отличительные характеристики продукции. Для многих видов деятельности бренд является основным активом компании. В условиях острой конкуренции и большого выбора продукции, влияние бренда на коммерческий успех, создание добавленной стоимости и стоимость акций компании является критически.

В целом же, можно считать, что: в узком, товарном смысле бренд трактуется как логотип, то есть визуальная идентифицируемая торговая марка, которая ассоциируется с продаваемой продукцией и ее качеством. Эта концепция используется в основном в юриспруденции и широко используется при лицензировании продукции; расширенная трактовка бренда включает в себя также и интеллектуальную собственность, права на использование уникальных технологий, дизайна, упаковки и т.д.; самая широкая трактовка, близкая к понятию репутации, включает в себя корпоративную культуру и корпоративное управление, человеческий капитал, корпоративную социальную ответственность и эффективный менеджмент, что порой является решающим в создании и т.д. Специалисты выделяют пять добавленной стоимости и построении прочных и эффективных отношений с клиентами[4].

Конкурентоспособный бренд — это сильный бренд, сила которого зависит от многих составляющих: лояльность к бренду; информированность о нем, узнаваемость; способность воздействия на потребителя; ассоциативная емкость уровней лояльности потребителей к бренду (табл. 1.1).

1	Потребитель ориентируется на цену и приобретает продукт любой марки. Лояльность к торговой марке отсутствует
2	Торговые марки обеспечивают организации определенную защиту в условиях жесткой ценовой конкуренции
3	Потребитель удовлетворен. Причины покупать продукт другой марки отсутствуют
4	Потребитель удовлетворен и понесет убытки при покупке продукта другой марки

Сила бренда

5	Доверие потребителей облегчает осуществление организацией стратегии расширения торговой марки

Рисунок 1.1. Сила бренда

Сила бренда в значительной степени зависит от того, какое число потребителей туристских услуг организации относится к группам 3—5, т.е. лояльны к ней, а также от пазличных факторов.1]

Бренд как бы символизирует стабильность характеристик и свойств туристической услуги, уровня обслуживания клиентов. По данным Международного правового исследовательского института имени Макса Планка, 60% покупателей связывают товарные марки с высоким качеством товаров, 30% — с высоким качеством товаров и известностью фирмы, а 10% — вообще не обращают внимания на наличие торговой марки [3].

Для формирования сильного бренда целесообразно идентифицировать туристскую организацию в профессиональной среде и конкурентном окружении, формируя ее специфическую позицию на рынке и таким образом выделяя ее из ряда подобных.

Данная деятельность неразрывно связана с исследованием туристского рынка, в частности присутствующего на нем ассортимента конкурирующих и сопутствующих услуг, специфики конкурентной среды, ценовой ситуации, потребительских предпочтений и влияющих на них факторов, сегментации потребителей и каналов информирования, насыщенности и тенденций развития рынка, особенностей законодательного регулирования. Только в результате исследований можно сформулировать и получить возможность сформировать эффективную позицию организации индустрии туризма, выявить целевые группы потребителей для рекламно-информационного воздействия, сформулировать миссию и философию организации.

В настоящее время организации при выборе стратегии действий для достижения конкурентных преимуществ могут использовать различные методы (лидерство в издержках, дифференциация продукции, концентрация, ранний выход на рынок, интеграция). Стратегия дифференциации предполагает ясное понимание потребительских нужд и предпочтений, выполнение обязательств перед покупателями, знание возможностей собственной организации, осуществление постоянных инноваций. Потенциальной основой дифференциации являются факторы, повышающие ценность продукции для покупателя, в том числе его психологическую удовлетворенность.

Организация, руководствуясь стратегией дифференциации, предоставляет покупателю продукцию, удовлетворяющую разнообразным потребительским предпочтениям [2].

Дифференциация имиджа — это создание имиджа организации или ее услуг, с лучшей стороны отличающего их от конкурентов. При использовании дифференциации имиджа компания может предлагать услуги под разными брендами для различных сегментов рынка.

Таким образом, дифференциация бренда — это возможность для организации получения прибылей выше среднеотраслевого уровня, так как возникающая приверженность покупателей к определенной торговой марке снижает их чувствительность к ценам, что позволяет компании переносить возрастающие издержки на клиентов. Основные этапы стратегии дифференциации бренда приведены на рис. 1.1, где показано, что для успешной реализации данной стратегии необходимо тщательное изучение: рынка как такового; конкурентов; услуг, которые предлагаются потребителю.

Использованные источники:

1. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2012. - 192 с.
2. Использование брендинга в продвижении услуг индустрии гостеприимства // [Электронный ресурс]. URL:http://mybiblioteka.su/tom2/7-48737.html / (дата обращения 10.12.2015)
3. Туризм// [Электронный ресурс]. URL: http://lorinser-500.narod.ru/2.htm / (Дата обращения 10.12.2015)
4. Бренд России Создание и продвижение национальных брендов// Электронный ресурс]. URL: http://h.120-bal.ru/doklad/3492/index.html // (дата обращения 10.12.2015.)
5.Лащенко Н.С. Агротуризм – сектор современной туриндустрии // www.rus-towns.com.

Горшенева О.В.
доцент
кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Кузнецова Е.А.
студент 3 курса
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов–на–Дону

СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ "МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТ" НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Необходимым условием успешной работы современных предприятий отрасли ресторанного бизнеса является создание маркетингового комплекса, целью которого является формирование ориентированных на конечного потребителя, относительно недорогих и эффективных инструментов маркетинга, основанных на применении современных технологий.

Ключевые слова: маркетинг-менеджмент, маркетинг, сбыт, продвижение.

A necessary condition for the success of modern enterprises catering industry is the creation of the marketing mix, the aim of which is to form the end-

user-oriented, relatively inexpensive and effective marketing tool, based on the use of modern technologies.

Key words: marketing-management, marketing, sales and promotion.

В условиях радикальных преобразований в Российской Федерации требуется комплексное развитие всех отраслей народного хозяйства. В основе развития социальной сферы и перехода к принципам устойчивого социально-экономического развития лежит формирование индустрии отдыха и развлечений, гостинично-ресторанного комплекса (ГРК), который в настоящее время определяет общую динамику развития сферы услуг. Структура предприятий, в основном, ориентирована на сферу услуг, общественное питание, розничную торговлю. Особое значение приобретает сфера ресторанного бизнеса, поскольку традиционно рынок ресторанного бизнеса относится к тем сферам экономики, субъекты которого способны обеспечивать высокие показатели рентабельности, а, значит, динамично развиваться, быть перспективным и высокодоходным видом предпринимательской деятельности. Динамичное развитие рынков ресторанных услуг сопровождается технологической революцией в индустрии сервиса, что предопределяет резкое обострение и изменение характера конкурентной борьбы в этой сфере экономики. Акцент в формировании конкурентных преимуществ все больше смещается от ценовых методов ведения конкуренции к неценовым, связанным с построением систем взаимоотношений с клиентами, позволяющими взаимодействовать с ними в длительной перспективе.

Основной деятельностью предприятия питания являются приготовление и реализация пищи. В некоторых заведениях для развлечения посетителей приглашают музыкантов и артистов. В зависимости от формы участия в основной деятельности предприятия выделяются подразделения, результат деятельности которых выражается в кулинарной продукции, и подразделения, не производящие продукцию, а выполняющие функции организации, управления и обслуживания производства. В основных цехах готовится и реализуется пища. В подсобных цехах производится мойка сырья и тары. [4]

Продукция предприятия общественного питания может выражаться в двух формах – продукт и дополнительная обработка кулинарных изделий. К продуктам относят блюда, кулинарные изделия, полуфабрикаты, кондитерские изделия, напитки. Признаком законченности блюда считается полная завершенность его производством. Блюдо не подлежит никакой дополнительной обработке, соответствует требованиям качества и передано потребителю. В отличие от блюда, кулинарное изделие требует дополнительной обработки в форме подогрева, порционирования, оформления перед подачей. Полуфабрикат не подлежит обработке там, где он был произведен. Он не обладает качеством кулинарной продукции и должен быть подвергнут дополнительной обработке для приготовления блюда. Наличие полуфабрикатов необходимо для сокращения времени

обслуживания потребителей.

Маркетинг в общественном питании – это эффективное управление производством и продажей собственной продукции и услуг, ориентированное на удовлетворение спроса потребителей и достижение высокого уровня доходности[2]. Применение маркетингового подхода обеспечивается по отношению к таким элементам, как: персонал – знания, умения и навыки, которые устанавливаются исходя из требований к уровню качества продукции и услуг; процесс – этапы производства продукции и обслуживания потребителя; окружающая среда – место оказания услуг общественного питания, интерьер, экстерьер, оборудование[3].

В этих условиях применение концепции маркетинг-менеджмент (маркетинговое управление) позволит организовать процесс планирования и реализации концепций ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг, направленный на осуществление обменов, удовлетворяющих как индивидуальным, так и организационным целям.

Система управления маркетингом на предприятии общественного питания подвержена воздействию многих факторов: политическая неустойчивость, непредсказуемая внешняя среда, изменение конкурентных позиций и так далее. [1]

Управление маркетингом на предприятии общественного питания является большой частью руководящей работы. Оно состоит из двух важных элементов: планирования и организации маркетинговой деятельности. Процесс управления маркетингом на предприятии общественного питания является непрерывным и представляет собой наблюдение за всеми изменениями внешней среды, функционирования системы маркетинга и выявления отклонений между фактическими и запланированными результатами маркетинговой деятельности. [2]

Управление маркетингом на предприятии состоит из четырех этапов: Первый этап - необходим анализ рыночных возможностей, который нужно начинать с того, что установить долю предприятия на товарном рынке. Второй этап - следует выбрать целевой рынок. Такое название имеет наиболее выгодная для конкретного предприятия группа рыночных сегментов или же только один сегмент. И деятельность предприятия направлена именно на них. Прежде чем выбирать целевой рынок, необходимо изучить потребителей и сегментацию рынка. Третий этап - разрабатывается комплекс маркетинга, представляющий собой совокупность параметров, которые управляются предприятием общественного питания и используются, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности целевого рынка. Комплекс маркетинга состоит из таких параметров, как товар, его цена, сбыт, его продвижение на рынок. Четвертый этап - планирование и контроль. Планированием называется процесс, во время которого ставятся цели, устанавливаются стратегии и четкие пути их реализации. Оно делится на тактическое и стратегическое. Контроль же нужен для того, чтобы оценивать уровень выполнения планов. [1]

Управление маркетингом на предприятии общественного питания происходит в условиях разных маркетинговых структур - составной части всей организационной структуры любого предприятия, представляющей собой совокупность служб предприятия, а также органических связей, существующих между ними, не только по горизонтали, но и по вертикали, то есть от начальника до исполнителя. Для наиболее эффективного управления маркетингом решающее значение имеет именно маркетинговая структура. В данный момент она не имеет универсальной схемы. Отделы маркетинга создаются на разных основах.

Таким образом, система маркетинга на предприятии подвержена воздействию огромного количества разнообразных факторов. [3]Маркетинговые цели всегда направлены на то, чтобы превратить потребности покупателей в прибыль (доходы) предприятия и достичь конкретных результатов на определенных рынках. Направление и характер целей предприятия изменяется под влиянием быстрых темпов научно-технического прогресса, быстрого изменения спроса потребителей, усложнения производства и роста его масштабов и прочих факторов. Именно поэтому маркетинговые структуры должны быть приспосабливаемыми и гибкими. Но это возможно, только если они смогут изменять собственные организационные формы в процессе изменения маркетинговой стратегии.

Использованные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг: Учебник. – М.: Академия, 2012. – 208с.
2. Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2013. – 516с.
3. Бугаков В.П. Особенности маркетинга услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – №2.
4. Голубков Е.П. Проектирование элементов комплекса маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – №4.

Горшенева О.В.
доцент
кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Савина А.А.
студент 3 курс
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов–на–Дону

СУЩНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОДУКТА ВУЗА

В настоящее время деятельность в сфере маркетинга является неотъемлемой частью многих компаний, исключением не являются в высшие учебные заведения. ВУЗы, оказывая образовательные услуги, между собой находятся в острой конкурентной борьбе.

Ключевые слова: маркетинг, образовательные услуги, учебные заведения.

Now activity in the sphere of marketing is an integral part of many companies, an exception aren't in higher educational institutions. HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS, rendering educational services, among themselves are in bitter competitive struggle.

Keywords: marketing, educational services, educational institutions.

Продукт ВУЗа, точнее его услуга – образовательные услуги населению, образовательные услуги, понимая их специфику обладают определенными особенностями.[1] Для таких услуг актуальным является основная цель маркетинга – обеспеченности удовлетворенности потребителя таких услуг, которая возможна только при оценке результата образования. Однако оценка результата образования определяет некоторые сложности, которые заключается в том, что результат пролонгирован по времени от момента приобретения образовательной услуги до момента применения знаний и навыков в практической деятельности бывшим студентом, кроме того, результат оценивается получателем с определенной долей субъективизма, т.к. ему выгодно положительно оценивать свои знания полученные в ВУЗе.[2]

Несмотря на вышесказанное, приходится констатировать фактическое отсутствие маркетингового подхода в ВУЗах, которое, несомненно, не подразумевает проведение маркетинговых исследований удовлетворенности образовательными услугами, а также повышения качества образования. На основании вышесказанного отметим высокую актуальность рассматриваемой темы в современных условиях развития системы образования.[3]

В настоящее время общественная значимость системы образования как общего, так и профессионального, значительным образом возросла. Изменения произошедшие в технологическом, экономическом и социальном развитии современного общества превратили образование в стратегический фактор развития этого общества, а наращивание потенциала общества зависит от уровня образования этого общества.[4] Необходимо выделить влияние, которое оказывает на образование процесс формирования постиндустриального общества.[2]. В настоящее время, где бы то ни было, основным действующим лицом становится профессионал, потому что его образование и опыт позволяют ему отвечать всем требованиям, предъявляемым в современном обществе, вне зависимости от сферы деятельности. [3]

Существует необходимость разработки эффективной маркетинговой стратегии образовательных услуг, несомненно, такая стратегия должна учитывать специфичность образовательных услуг. В частности маркетинг в сфере образования направлен на укрепление отношений между потребителем образовательных услуг (студентом) и ВУЗом.[4] Основная цель ВУЗа заключается в позитивном воздействии на поведение целевой

аудитории и достижении лояльности к предложениям образовательных услуг, такая цель может быть достигнута посредствам доведения до потенциальных потребителей соответствующей информации, с использованием комплекса маркетинговых коммуникаций. Особенность маркетинга образовательных услуг заключается в том, что конечный продукт, услуга ВУЗа разрабатываются непосредственно под запросы потенциальных потребителей образовательных услуг. Основное место в процессе маркетинга образовательных услуг занимает разработка комплекса маркетинга. [1]

Таким образом, маркетинг образовательных услуг - это деятельность, направленная на удовлетворение потребностей общества, то есть совокупность разнообразных приемов, методов и инструментов организации работы. В настоящее время маркетинг образовательных услуг находится на стадии развития. Во многих учебных заведениях создаются отделы по продвижению своих образовательных услуг на рынок. Однако такая деятельность в основном ведется в коммерческих ВУЗах, для которых образование – бизнес, принимая данный факт во внимание отметим, что маркетинг выстоянный такими образовательными учреждениями носит профессиональный характер.[4] В отделе маркетинга трудятся высококвалифицированные кадры цель которых привлечь студентов посредствам маркетинговых методов, в государственных образовательных учреждениях дело обстоит совершенно другим образом, отдела маркетинга как такового не существует, однако сам ВУЗ привлекает студентов престижем учреждения, который формирует преподавательский состав посредствам осуществления своей профессиональной деятельности. Как можем убедиться успех последних неоспорим, государственные учебные заведения пользуются большим спросом среди студентов. Хотя отметим, что на каждый продукт, есть свой покупатель, если для молодого неопытного человека важны знания, которые он может получить от ВУЗа, то для уже взрослого профессионально опытного человека важен сам факт наличия образования, профильного или высшего и он уже определяет свою будущее учебное заведения исходя уже из совершенно других факторов к таковым стоит отнести: стоимость обучения, сроки обучения, легкость получения обучения, возможность дистанционного обучения, для него не так не важен престиж образовательного учреждения, как для человека, не обладающего профессиональным опытом, для которого во главе стоит объем и актуальность полученных знаний.[3] Таким образом, мы видим, что к образовательным услугам предъявляются разные требования в зависимости от целевой аудитории, которую стоит разделить на 2 категории: 1. Люди, обладающие опытом в профессиональной сфере; 2. Люди, не обладающие опытом в профессиональной сфере.

На основании такой градации целевой аудитории образовательные учреждения осуществляют свою маркетинговую деятельность, одни осуществляют ее с использованием высококвалифицированных

маркетологов, а другие с помощью высококвалифицированных преподавателей. Квалификация и профессионализм преподавателей непосредственно влияет на производство и реализацию образовательных программ.

В итоге суть маркетинговой деятельности образовательного учреждения состоит в том, чтобы предоставить получателю образовательных услуг то, что он хочет: одни хотят знаний и, как подтверждение этих знаний, диплом престижного ВУЗа, другим необходим только диплом, т.к. знаниями они уже обладают.[4]

Подводя итог вышеприведенному отметим, что ВУЗы, понимая необходимость деятельности в сфере привлечения потребителей своих услуг, фактически приспособились к современным условиям работы на рынке образовательных услуг. Понимая специфичность образовательных услуг, ВУЗы выработали стратегию продвижения своих услуг, одни посредствам маркетинговых отделов, другие посредствам квалифицированных преподавательских кадров. Однако нельзя сказать, что у тех ВУЗов, которые продвигают свои образовательные услуги с использованием маркетологов низкий уровень образования, нет он не низкий, просто руководство ВУЗа не отдает первенство этому элементу, да оно фактически не особо требуется студентами, т.к. они нуждаются в образовании формально, т.к. в полной мере обладают знаниями по профессии, для главное – удобство получения образования [1].

По результатам анализа стоит рекомендовать лишь постоянный мониторинг внешней среды рынка образовательных услуг, в тех целях, чтобы не упустить возможность или необходимость трансформации в момент изменения самого рынка образовательных услуг, только при таком условии возможно дальнейшее развития, как образовательных учреждений, так и самого рынка образовательных услуг.[2]

Использованные источники:

1. Аванесов Ю.А. Основы коммерции. Учебник для вузов. Торговля и сфера услуг. М.: ТОО «Люкс-арт», 2008. – 302 с.
2. Рубцова Л.И., Тимофеева В.А. Основы организации торговли продовольственными товарами: Учебное пособие. - Ростов н/Д.: Феникс, 2015.
3. Чкалов О.В.Торговое дело. Экономическое образование. - СПб.: Тест-ПРИНТ, 2014.
4. Мизиковский И.Е. Гармонизация показателей внутреннего контроля: «Аудиторские ведомости», №12, 2014.

Горшенева О.В.
доцент
кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Гринь Е.
студент 3 курса
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов–на–Дону

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: СОДЕРЖАНИЕ И ЭТАПЫ

В статье анализируются образовательные услуги. Особенность маркетинговой деятельности характеризует спецификой товара или услуги, однако специфичность сама по себе образовательных услуг диктует особенности использования маркетинговой деятельности в данной сфере, так непосредственно такая особенность необходима и в комплексе маркетинга образовательных услуг.

Ключевые слова: образовательные услуги, маркетинг-микс, конкуренты.

In article educational services are analyzed. Feature of marketing activity characterizes by specifics of goods or service, however specificity in itself educational services dictates features of use of marketing activity in this sphere, so directly such feature is necessary and in a complex of marketing of educational services.

Keywords: educational services, marketing mix, competitors.

Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) — это определенный набор инструментов, используя которые специалисты в сфере маркетинга находят способы в полной мере удовлетворить потребности клиентов – пользователей услуг. Таким образом, комплексом маркетинга является набор факторов маркетинга, учет которых и их использование способно вызвать реакцию рынка, в частности образовательных услуг. Таким образом, под комплексом маркетинга понимается переменные, находящихся под контролем у маркетинга.

В комплекс маркетинга обычно включают следующие элементы:

– продукт (товар, услуга);
– цена (в соотношении с конкурентами и потребностью рынка);
– продвижение;
– реклама.

Фактическое их использование на рынке образовательных услуг способно в полной мере спровоцировать ответную реакцию со стороны этого рынка. Таким образом подводя итог вышесказанному трудно переоценить актуальность рассматриваемого вопроса в современных условиях развития рынка образовательных услуг.

Продукт, цена, продвижение и реклама принимаются во внимании маркетингом, признаются ключевыми и требующими постоянного внимания со стороны специалистов, кроме того, перечисленные элементы в полной мере взаимосвязаны между собой и именно в этой взаимосвязи отдельных элементов маркетинг планирует, разрабатывает и реализует маркетинговые действия. Необходимо отметить тот факт, что в настоящее время маркетинговый подход в своей деятельность применяют фактически все без исключения высшие образовательные учреждения, разница лишь в методах продвижения своих услуг и такая работа строится посредствам выполнения следующих этапов: 1.Понимания такого подхода у самих сотрудников образовательного учреждения. 2. Понимания основных целей и ценностей в выполнении основной цели деятельности образовательного учреждения. 3. Анализируются возможности и угрозы для образовательного учреждения, сильные стороны, на которые необходимо полагаться в дальнейшем и слабые – которые необходимо исключить. 4. Анализируются имеющиеся ресурсы предприятия. 5. Изучается внешняя среда, анализируется внутренняя, оценивается целевая аудитория образовательных услуг. 6. Анализируются конкуренты.

Необходимо отметить тот факт, что маркетинг образовательных услуг имеет особую отличительную особенность от маркетинга товаров, в силу того, что результат оказания образовательных услуг формируется одновременно двумя сторонами – исполнителем и получателем таких услуг. Услуги ВУЗа разрабатываются непосредственно под запросы самих потребителей. Само понятие услуга понятие характеризующая индивидуальность на основании такого понимания строиться комплекс маркетинга образовательных услуг.

Как было указано выше, комплекс маркетинга - это комбинированное и координированное использование различных инструментов маркетинга. Формула «четырех Р» содержит в себе четыре контролируемых для организации фактора маркетинга: продукт, цена, реклама и продвижение. Основная цель ВУЗа состоит в том, чтобы по возможности использовать перечисленные факторы таким образом, чтобы они как можно более эффективнее, чем факторы конкурентов, воздействовали на рынок образовательных услуг. Относительно услуг, в том числе и образовательных, комплекс маркетинга расширяется до семи элементов, к помимо перечисленным добавляется персонал, физическое окружение и процесс.

Рассматривая каждый из элементов комплекса маркетинга образовательных услуг, отметим, что самой услугой является образовательная программа используемая ВУЗом и применяемая им в своей образовательной деятельности, такая программа разрабатывается ВУЗом с целью удовлетворения потребностей клиентов – студентов.

Фактор цены, подразумевает сумму, которую потребитель (студент) оплачивает за полученные услуги, в качестве плательщика также может выступать заказчик оказания таких услуг (здесь более применимо к

государственным ВУЗам).

Относительно каналов распределения, отметим, что данную категорию в рассматриваемой услуге представить весьма сложно, т.к. их использование не практикуется, однако представить себе возможно лишь использование услуг посредников, однако в современных условиях, специфика рассматриваемой услуги исключает данный элемент комплекса маркетинга.Относительно продвижения отметим, что в данном случае используются все возможные способы, более или менее удачные (публикации, дни открытых дверей и т.д.).

Персонал ВУЗа играет в системе комплекса маркетинга чуть ли не первоочередную роль, посредствам персонала формируется оказываемая услуга, от его профессионализма зависит успех деятельности образовательного учреждения.

Окружение организации представляет собой среду, в которой осуществляет свою деятельность образовательное учреждение. Окружение в некоторой сфере понимается как понятие эстетическое, т.к. к нему стоит отнести помещение, где оказываются услуги, обстановка в помещении, материал, необходимый для обучения и т.д. игнорирование данного элемента может в значительной мере нанести репетиционный вред организации.

Элемента комплекса маркетинга «процесс» характеризуется процедурой оказания образовательной услуги, так отметим, что помимо традиционной в настоящее время используется нетрадиционные, такие как дистанционное обучение и т.д. так сам процесс оказания образовательных услуг способен как привлечь, так и отпугнуть потенциальных клиентов, в зависимости от их потребностей.

По результатам проанализированного материала отметим факт специфичности образовательных услуг в сфере осуществления маркетинговой деятельности. Относительно рассмотренного комплекса маркетинга сфера образовательных услуг накладывает определённого рода отпечаток и на рассматриваемый вид услуг, который, в принципе характерен для всех видов услуг, учет которых является необходимым условиях успешной деятельности. В качестве рекомендации необходимо выделить четкое использование и применение к рассматриваемой сфере всех элементов комплекса маркетинга, только в таком случае возможен вариант эффективности маркетинговой деятельности в целом, которая в полной мере характеризует успех образовательного учреждения на рынке образовательных услуг. По наличию дополнительных компонентов комплекса маркетинга, когда для достижения поставленной цели не достаточно лишь ресурсов, дополнительные возможности может предложить коллективная деятельность, которую мы в настоящее время можем наблюдать на рынке образовательных услуг, происходит процесс кооперации с целью приспособиться к изменяющимся условиям рынка.

Использованные источники:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Инфра-М, 2007 – 656 с.
2. Степанов А.Г. Законодательство о рекламе // Право и экономика. - 2011. №8. – с. 12 – 13.
3. Щетинин В.П. Рынок образовательных услуг в современной России // Школа, 2012, №7
4. Попов Е.Н. Услуги образования и рынок // Российский экономический журнал 2013. № 6. с. 11.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. Учебное пособие. - М.: Интерпракс, 2015.
6. Сагинова, О.В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом - 2013. №1. с. 3-8

Гребенщикова И.Д.
доцент
кафедра экономики строительства и инвестиций
Поленок А.Е.
студент гр. 15-маг
НГАСУ (Сибстрин)
Российская Федерация, г. Новосибирск

ВЛИЯНИЕ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ МАЛОГО БЗНЕСА НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Аннотация: *в статье изучается влияние внутренней и внешней среды организации, входящей в сегмент малого бизнеса, на инновационную деятельность.*

Ключевые слова: *инновации, малый бизнес, развитие, внутренняя и внешняя среда организации, планирование, жизненный цикл фирмы.*

Annotation: *this paper studies the impact of internal and external environment of an organization that is a member of the small business segment, on innovation.*

Keywords: *innovation, small business development, internal and external environment of organization , planning , the life cycle of the company*

В современных условиях инновационная деятельность в той или иной степени присуща организации. Даже если предприятие не является лидером на рынке инноваций, то рано или поздно оно непременно столкнется с необходимостью производить замену морально устаревших технологий и продуктов. Таким образом, вопросы осуществления инновационной деятельности являются весьма актуальными.

Согласно Ф. Котлеру инновация (innovation) – идея, товар или технология, запущенные в производство и представленные на рынке, которые потребитель воспринимает как совершенно новые или обладающие некоторыми уникальными свойствами. Это новые качества, впервые реализованные в некотором товаре или технологии и представленные на рынке. [2, с.3]

В узком смысле инновация – новое техническое решение,

осуществленное на практике. [3, с.4]

Инновационная деятельность – вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедрение на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства услуг, использование в практической деятельности. [4, с.12]

По наиболее общим признакам инновации можно разделить на четыре большие группы:

- продуктовые,
- процессные,
- маркетинговые,
- организационные.[5]

Организации, входящие в сегмент малого бизнеса в процессе осуществления своей деятельности, в том числе инновационной, как субъекты рынка взаимодействуют с внутренней и внешней средой.

Под внутренней средой организации понимается совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы его жизнедеятельности. К ним можно отнести: персонал, производство, финансы, сбыт (службы маркетинга) и т.д. [6]

Множество исследований показывает, что внутренняя среда прямо зависит от внешних условий. Под внешней средой понимается совокупность внешних факторов, изменение которых существенно влияют на его состояние и результаты деятельности. К ним относятся: потребители, конкуренты, поставщики, государство, партнеры и общественные организации [7].

Синергетический подход, исходящий из открытости системы, акцентирует взаимосвязь фирмы и среды её деятельности. [1, с. 31]

Любой из элементов внутренней и внешней среды может «заставить» организацию малого бизнеса заняться инновационной деятельностью.

Так, для того, чтобы обойти конкурентов, необходимо применять маркетинговые новшества, в рыночных условиях это является основным способом поддержания высоких темпов развития и повышения конкурентоспособности. Принципиально новые подходы к маркетингу так же необходимы фирме для понимания ситуации на рынке, определять потребности потребителей, партнеров. В совокупности это прямо влияет на сбыт продукции.

Рано или поздно руководство предприятия задумается о повышении мощности производства, либо о снижении затрат на него, отсюда, возникает необходимость искать новые технологии производства, приобретать новое производственное оборудование.

Новые технологии производства требуют инновации связанные с развитием компетентности и квалифицированности персонала.

Для успешного развития организация должна постоянно выявлять имеющиеся и потенциальные возможности в отношении наиболее эффективного использования своих финансовых ресурсов.

Государство и общественные организации выставляют организации свои требования, при соблюдении которых организации гораздо легче вести свою деятельность. Одним из приоритетных направлений в данном секторе являются инновации связанные с экологией производства.

На рисунке 1. схематично изображена внутренняя и внешняя среда организации [5], формирующие систему функционирования предприятия и возможные виды инноваций и инновационной деятельности, к которым она побуждает предпринимателей.

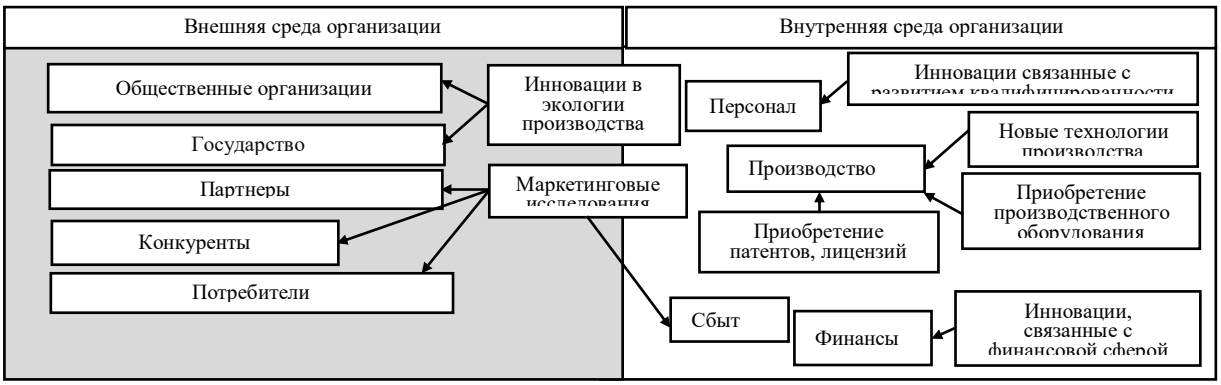


Рисунок 1 – Взаимосвязь внутренней и внешней среды организации и видов инноваций

Представленная взаимосвязь внутренней и внешней среды организации с видами инноваций поможет организации малого бизнеса выбрать приоритетное направление инновационной деятельности, так как элементы представленной системы есть у каждой организации и управленческому составу достаточно выбрать наиболее выгодное направление развития. Выбор одного определяющего направления системы позволит фирме заметно улучшить свое конкурентное положение и при этом сократить на это свои затраты, что актуально для малого бизнеса, в силу недостаточной финансовой обеспеченности.

Использованные источники:

1. Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности : учебник / А. Н. Асаул, М. П. Войнаренко, П. Ю. Ерофеев ; под ред. А. Н. Асаула. – Санкт-.петербург. : Гуманистика, 2004. –336 с.
2. *Евграфова И. Ю., Красникова Е. О. Инновационный менеджмент. Шпаргалка : учеб. пособие - Москва: Окей-книга, 2009 г. - 84 с.*
3. *Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. - Москва: Прогресс, 1982 г. –35 с.*
4. Шустов А. А. Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики [Текст] / А. А. Шустов // Молодой ученый. — 2013. — №9. — С. 258-263.
5. Гуманитарно-правовой портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://psyera.ru/4709/vidy-innovaciy. – Загл. с экрана (дата обращения: 03.10.2015)
6. *Информационно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Режим доступ:* http://portal-u.ru/orgkakobiektupravleniya/vnutrennyayasreda – Загл. с экрана (дата обращения: 03.10.2015)
7. *Информационно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Режим доступ:* http://portal-u.ru/orgkakobiektupravleniya/vneshnayasreda– Загл. с экрана (дата обращения: 03.10.2015)
8. Экономика и финансы: энциклопедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://economicon.ru/v_man.php?id=7. - Загл. с экрана (дата обращения: 16.10.2015)

Громакова В.Г., к.биол.н.
доцент
кафедра «Региональной социологии
и моделирования социальных процессов»
Дышпан С.А.
студент 3 курса
Институт социологии и регионоведения
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМИ СВЯЗЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В настоящей статье рассматриваются проблемы управления социальными связями в современных российских организациях. Обосновывается необходимость удаления внимания управлению информационными потоками в организации, а также возможность создания сетевой организации для эффективного менеджмента.

Ключевые слова: Социальные связи, управление организацией, неформальные связи, сетевые организации.

MANAGEMENT OF SOCIAL COMMUNICATIONS IN THE ORGANIZATION

Abstract: In this paper we consider the problem of the management of

social relations in modern Russian organizations, the necessity of giving attention to the management of information flows in the organization, as well as the possibility of creating a network organization for effective management.

Keywords: social communications, management of the organization, informal communications, network organizations.

Изучение проблемы работы организации, а также управления социальными связями в ней становится все более актуально. Это связано с практическим интересом, так как групповая целенаправленная деятельность людей требует эффективно организованного управления.

Особо значима эта проблема в настоящее время, в период бурных изменений в российской экономике и социальной жизни. Традиционные приемы управления порой становятся малопригодными для современных условий (дефицита времени, внедрения высоких технологий, повышения требований к уровню подготовки специалиста), поэтому руководитель должен знать и уметь применять разнообразные инструменты управления [4]. Одним из таких инструментов может стать умение управлять социальными связями.

Согласно определению, данному в Российской социологической энциклопедии, социальные связи – это взаимодействия индивидов и групп индивидов, преследующих определенные цели, в конкретных условиях социального пространства и времени.

От качества социальных связей: их силы, эмоциональной окраски и ее выраженности, - во многом зависит эффективность деятельности социальной группы и организации. По этой причине в современном менеджменте уделяется большое внимание установлению прочных интеракций между сотрудниками и формированию коллектива. При этом особое значение приобретает баланс между личными установками и интересами сотрудников и пониманием ими своего места в команде, целями организации.

Описанный подход находится в русле современной управленческой парадигмы, в которой «деятельность персонала и компании рассматривается в рамках их «общей судьбы», когда цели и ценности обеих сторон совпадают, продуктивная деятельность на благо корпорации становится не декларируемым, а реальным фактором, условием материального благополучия и творческого развития личности» [3]. Достижение цели по формированию у сотрудников устойчивой позитивной организационной идентичности возможно при условии проведения диагностики их ценностных ориентаций и представлений о должном и последующей коррекции управленческой стратегии. Последняя должна быть направлена на согласование задач развития бизнеса и целевых установок членов коллектива.

Поддержание устойчивой обратной связи между руководством и сотрудниками необходимо на всех этапах управления. Поддержанию и развитию подобных связей может способствовать неформальное общение

персонала с менеджерами, осуществляемое в форме разнообразных круглых столов, тренингов, совместных дискуссий, мозговых штурмов проводимых при разработке инновационных проектов, а также в ходе обычных житейских бесед, например, в обеденный перерыв в столовой или на корпоративных праздниках.

Стоит отметить существование, особенно часто в российских организациях, также особой формы неформальных связей в организации. Связи эти похожи на родственные или дружеские (а порою и являются таковыми). В некоторых случаях они деструктивны, приводят к нарушению дисциплины, ухудшают качество работы. Вместе с этим многие исследователи приходят к выводу о том, что культурные особенности России, проявляющиеся таким образом в трудовой сфере, могут иметь и позитивные эффекты [1,5,6].

Так как неформальная составляющая играет огромную роль в управлении, она должна стать значительной частью интересов менеджмента. Информация, передаваемая по неформальным каналам, задает тон работы, создает авторитет руководству, а также климат в коллективе. Контроль и направление неформальной коммуникации одна из сложных функций менеджера. Пренебрежение ею грозит управленцу потерей авторитета и влияния, а организации – потерей эффективности, вплоть до полной дисфункциональности и распада.

Но проблема управления неформальными связями в организации далека от разрешения. Теоретики и практики менеджмента разрабатывают инновационные технологии управления [7]. Фирмы экспериментируют, заменяя иерархию двумя формами внутренней сетевой структуры: первая основывается на командном принципе, вторая — на принципе внутренней рыночной организации.[2] Организации, работающие по командному принципу, имеют слабость перед долгосрочными планами, потому что они в основном направлены на адаптации к быстро меняющимся условиям. Проблема с долгосрочными планами решается с помощью использования смешанных или горизонтальных типов организационной структуры, известными как «многоуровневые сетевые организации». Многоуровневые сетевые организации представляют собой структуру, состоящую из межфункциональных команд, с одной стороны, и функциональных механизмов — с другой, связанных внутренне и внешне с помощью обширной базы данных, через которую проходят научные и информационные потоки. Многоуровневая организация опирается на межличностные и функциональные связи.

Другим способом построения организации с эффективным управлением социальных связей может стать изменение внутренней рыночной сети. Внутренняя рыночная сеть представляет собой компанию, которая состоит из нескольких подразделений, действующих как полуавтономные структуры. Они инвестируют, осуществляют торговые операции с другими внешними или внутренними подразделениями,

удовлетворяют свои потребности, исходя из условий рынка, но при этом проводят общую твердую политику. Они ведут бизнес друг с другом как клиенты и потребители и связаны между собой четким финансовым учётом, неформальными сетями на низших звеньях и общим советом правления наверху.

Таким образом, в организации существует особая сторона управления, связанная с существующими в ней социальными связями, формальными и неформальными. Эти связи нуждаются в управлении, которое может быть реализовано в многоуровневой сетевой организации. Руководитель должен создать все условия для качественной работы коллектива, но при этом сохранить вертикаль власти, то есть, оставаясь авторитетным для сотрудников, быть во взаимодействии с ними.

Особого внимания заслуживают неформальные связи, так как они влияют на взаимоотношения между работниками, а также между руководящим звеном и подчиненными, и определяют настроения в коллективе, которые могут быть как на пользу, так и во вред менеджеру и организации, в целом.

Использованные источники:

1. Барсукова С.Ю. Неформальные способы регулирования трудовых отношений // Портал "Человеческие ресурсы" // www.rhr.ru/index/sovet/korp/10902.html, 28.06.2007.
2. Большакова Г.И., Тельных Н.В. Социология управления:от группы к команде.- Ростов-на-Дону: Рост.гос. ун-т путей сообщ.,2003.-139с.
3. Буковинская М.П. Формирование корпоративной культуры как задача и технология социального менеджмента // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2008. № 1. С. 150-159.
4. Давлятова С.В. Портрет современного специалиста: методики оценки и результаты исследования // Социальная политика и социология. 2014. № 3 (104). С. 188-196.
5. Мартиросян С.А. Конфликт-менеджмент организации: категория «доверие» // Альманах современной науки и образования. – 2008. - № 6-2. – С. 124-127.
6. Снежко С. Неформальное общение персонала // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2008. – № 10.
7. Шевченко О.Н. Использование инновационных технологий современными российскими предприятиями // Вопросы экономических наук. – 2010. - № 2 (41). – С. 126.

Губа В.В.
старший преподаватель
кафедра менеджмента и инновационных технологий
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Зеленцова А.Э.
магистрант 1 курса
направление 38.04.02 Менеджмент
Россия, г. Таганрог

ИСКУССТВО ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ

Статья посвящена вопросам грамотного построения деятельности отдела продаж и расширения линии сбыта продукции. Каким бы качественным и уникальным не был товар, без умения убеждать, находить правильный подход к клиенту и направлять переговоры в нужное русло заключить выгодную сделку будет очень сложно. Все это является задачами отдела продаж, и только профессиональный менеджер может найти верные пути их решения.

Ключевые слова: экономическая ситуация, управление продажами, эффективность продаж, пассивные продажи, активные продажи, системный подход, отдел продаж, покупатель, сделка.

Guba VV, Senior Lecturer, Department of Management and innovative technologies Management Institute economic, ecological and social systems
Southern Federal University
Russia , Taganrog
Zelentsova AE, 1st year undergraduate of direction 38.04.02 Management, Russia , Taganrog

ART OF EFFECTIVE SALES

Article is devoted to the activities of competent construction sales and line extensions of marketing. Whatever the quality and unique product was not without the ability to persuade, to find the right approach to the customer and send the negotiations back on track to conclude a deal will be very difficult. All this is the task of the sales department, and only a professional manager can find the right solutions.

Keywords: economic situation, sales management, sales effectiveness, passive sales, active sales, system approach, the sales department, the buyer, the deal.

В современной экономической ситуации, когда технологии производства и продукт, предлагаемый рынку разными компаниями, оказываются примерно сходными, конкурентная борьба между корпорациями перемещается в сферу управления человеческими ресурсами,

в частности, компании все больше внимания начинают уделять проблеме становления профессионала в данном случае специалистов отделов продаж[1]. «В современном мире бизнеса нет пользы быть креативным мыслителем, если вы не можете продать то, что вы создаете. Менеджеры не признают хорошие идеи, если они не будут представлены им хорошим продавцом» – это высказывание «отца рекламы» и основателя рекламных агентств Дэйвид Огилви. Нельзя не согласиться с классиком рекламного дела и одним из самых успешных бизнесменов мира. Умение продавать – это талант, который поднимет бизнес на пик популярности среди конкурентов.

Какое бы высокое качество не имел товар или уникальность среди конкурентов, без правильного подхода к клиенту реализовать сделку будет довольно проблематично. Умение убедить клиента совершить сделку - это и есть работа отдела продаж любого предприятия. Поэтому конкурентоспособными являются те фирмы, которые активно и умело управляют продажами, размер которых зависит от профессионализма и компетентности сотрудников отдела продаж. Можно сказать, что данный отдел является одним из главных частей всего механизма организации, поскольку именно продажи приносят доход в компанию, что дает возможность развиваться и конкурировать. От работы его сотрудников напрямую зависит не только сегодняшняя финансовая устойчивость фирмы, но и перспективы ее роста и развития. Поэтому данное подразделение должно функционировать максимально эффективно.

Для того чтобы явно понимать работу отдела продаж нужно уметь выделять различные виды продаж и понять, что подразумевается под определением продажи. Продажа — это термин, впервые возникший в западных странах, подчёркивающий современный подход к организации торговли в компании, применение эффективных методов, нацеленность на конкретный результат. Когда речь идет о бизнесе и клиентах в основном принято разделять пассивные продажи и активные продажи. Это два разных понятия. Если говорить об активных продажах, то под ними подразумевается некая технология, с помощью которой отдел продаж компании занимается привлечением новых клиентов, чаще всего корпоративных. Данный вид продаж больше всего подходит для компаний B2B сегмента рынка, который представлен предприятиями различных форм собственности, количество клиентов-покупателей ограничено, но при этом один заказ может стоить очень много – как в денежном плане, так и в создании репутации. Потеря клиента ведет не только к материальным потерям, но и потерям, связанным с имиджем компании. Для активных продаж наиболее эффективнее других рекламных инструментов маркетинга работают личные контакты, поскольку направлены на формирование долгосрочных доверительных отношений с клиентами. Обычно менеджер активных продаж придерживается определенной схемы, которая включает в себя несколько стадий. Во-первых, нужно составить список потенциальных клиентов компании, либо воспользоваться уже имеющейся базой данных. Во-вторых, менеджер

производит операцию, называемую холодный звонок, которая служит инструментом выявления потребности клиента компании, а также установления первичного контакта с клиентом. Далее назначается встреча с клиентом, для детального выявления потребности, а также проведение презентации предлагаемого продукта и в конечном этапе, если менеджер заинтересовал потенциального клиента, то наступает этап заключения договора сделки.

После того как данная цепочка активных продаж пройдена, клиент остается в постоянном взаимодействии с компанией. Он становится частью их бизнеса, и в дальнейшем менеджеры всё также продолжают с ним сотрудничать, проводят консультации по использованию продукта, оповещают о различных акциях, приглашают на семинары. В общем, общение с клиентом продолжается на протяжении существования фирмы.

Другим видом являются пассивные продажи, они в основном направлены на входящие обращения клиентов. Под такими продажами часто понимается вид продаж не требующий активных действий от продавцов. Обычно в таких случаях происходит инициатива от самого клиента. Основным отличием от активных продаж является то, что пассивные продажи ориентированы на «горячих клиентов» тех, которые уже заинтересованы в данном товаре. Эти клиенты обращаются чаще всего, чтобы уточнить какие-либо интересующие вопросы и в конечном итоге совершить сделку. На этом этапе очень важно активно и умело проработать возражения клиента, например, дорого или ещё подумаю. Для пассивных продаж также есть техники и методы, используемые для увеличения эффективности продаж, и соответственно прибыли. Такой вариант отлично подходит для B2C сегмента рынка, когда основными клиентами компании являются частные лица. Также стоит отметить, что пассивные продажи практически невозможны без массированной рекламы в отличие от активных, где реклама сведена к нулю, и планируемый уровень дохода поддерживается отелом продаж.

Одним из основных факторов отсутствия или снижения запланированного объема продаж является непродуктивная деятельность сотрудников и их компетенции. Можно выделить несколько причин снижения активности продаж и основной из них является то, что не каждый менеджер является продавцом. Это связано с тем, что характеристики, качества, черты личности, умения, во многом определяют квалификацию сотрудника отдела продаж в данной профессиональной области. Навыки и качества клиент-менеджера можно разделить на несколько категорий:

- Профессиональные качества, т.е. маркетинговое мышление. Это означает наличие у менеджера бизнес-логики, умеет ли он говорить на бизнес-языке. Также необходимо, чтобы сотрудник обладал интуицией, чувствовал то, что чувствует клиент.
- Социальные характеристики. К ним чаще всего относятся коммуникативные навыки, презентационные умения и опыт

публичных выступлений.

- Интеллектуальные способности важны везде. Под ними понимается стратегия в мышлении, быстрая сообразительность, креативность и это именно те качества, которые помогают быстро продвигаться по карьерной лестнице.
- Личностные характеристики. Под ними понимаются такие качества человека, которые важны при работе с людьми, а именно, уверенность в себе, открытость новому опыту, целеполагание и жажда добиться желаемого.

Приведенные выше характеристики важны для продавцов разных уровней. От руководителя call-центра до ассистента менеджера по продажам. Как правило, требования к сотруднику меняются по мере совершенствования его профессиональной квалификации.

Следующей причиной низкого уровня продаж менеджерами является **б**оязнь отказа клиента. В этом случае важно выяснить, что именно является причиной проблемы, и разработать грамотную мотивационную политику. В западных странах распространена следующая практика: при соблюдении определенного плана работы клиент-менеджеры получают денежные выплаты не только за успешные контакты, но и за отказы. Такой подход позволяет избавиться от страха, а также выработать умение самостоятельно организовывать свой рабочий процесс. Думаю, данный метод мог бы рассматриваться в качестве тестового решения и для российских компаний.

Также немаловажной причиной является слабый контроль управления. Продажи – это всегда статистика. Чтобы определить темпы развития компании, нужно знать основные показатели, например какова цена привлечения контакта, сколько в базе данных «горячих» клиентов. Именно для этого обязательно надо вести статистику звонков и встреч с клиентами компании. А также немаловажно грамотно выбрать человека, ответственного за организацию отдела продаж. Здесь важно оценить профессиональные качества сотрудника, например, лидерские качества, которые присуще в большей степени для руководителей[2].

Таким образом сегодня искусство эффективных продаж требует системного подхода, основанного на создании уникальной потребительской ценности, предложения решений проблем покупателя и продаж на базе консультаций. Оно включает анализ потребностей покупателя, дизайн альтернативных решений, критический анализ цен, разработку и реализацию систем, и многое другое. Это работа слаженная и продуктивная, работа целой команды, а не одного представителя отдела продаж.

Использованные источники:

1. Ященко Е. Ф., Всемирнова Ю. В. Принятие профессиональной роли у менеджеров по продажам с разной профессиональной успешностью // Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология . 2012.
2. http://www.klerk.ru/boss/articles/257374/ Электронный ресурс
3. http://salesmaster.com.ua/activnie-prodagy/ Электронный ресурс

Губа В.В.
старший преподаватель
кафедра менеджмента и инновационных технологий
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Пасько Ю.О.
бакалавр 3 курса
направление 38.03.02 Менеджмент
Россия, г. Таганрог

ДИРЕКТ-КОСТИНГ КАК МЕТОД УЧЁТА ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена современным методам управленческого учета , а именно рассмотрена сущность, преимущества метода директ-костинг и недостатки, связанные с его использованием.

Ключевые слова: конкурентоспособность, себестоимость, методы учёта и планирования затрат директ-костинг, управление затратами.

Guba VV, Senior Lecturer, Department of Management and innovative technologies Management Institute economic, ecological and social systems
Southern Federal University
Russia , Taganrog
Pasko JO , Bachelor of 3 course directions 38.03.02 Management, Russia , Taganrog

DIRECT COSTING AS A METHOD OF COST ACCOUNTING COMPANIES

The article is devoted to modern methods of management accounting , namely Essence , the advantages of the direct costing and disadvantages associated with its use.

Key words: competitiveness , cost, methods of accounting and cost planning direct costing , cost management.

В условиях постоянно меняющейся внешней среды организации и сложных экономических условий одной из основных проблем большинства российских предприятий является управление затратами. Из-за высокой себестоимости продукции снижается конкурентоспособность предприятия и возникает необходимость искать причины и резервы снижения затрат. Основным инструментом управления затратами и повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта является использование методов директ-костинг, стандарт-костинг, таргет-костинг, кайдзен-костинг, бенчмаркинг затрат и многих других.

Одним из основных методов управления затратами является директ-костинг. Сущность данного метода состоит в том, что все затраты предприятия делятся на постоянные, не зависящие от объёма производства, и переменные, которые напрямую зависят от объёма выпускаемой

продукции. В 1936 году, развивая идеи управления затратами американский экономист Джонатан Гаррисон создал учение — директ-костинг, согласно которому в составе себестоимости необходимо учитывать только прямые расходы. Он предлагал это разделение, чтобы определить зависимость объема прибыли от изменения объема реализованной продукции. Анализируя данные, полученные в результате применения этого метода, менеджер получает возможность обосновать свои управленческие решения[2]. В соответствии с Международными стандартами бухгалтерского учета метод директ-костинг не используется для составления внешней отчетности и расчета налогов. До настоящего времени российские предприятия применяют затратный метод бухгалтерского учета, предусматривающий учет и исчисление полной фактической себестоимости единицы продукции (работ, услуг). Однако весь мировой опыт свидетельствует об эффективности использования маржинального метода бухгалтерского учета — системы учета директ-костинг, в основе которой лежит исчисление сокращенной себестоимости продукции и определение маржинального дохода. В России он применяется во внутреннем управленческом учете для проведения технико-экономического анализа и для принятия оперативных управленческих решений[1]. Важной особенностью директ-костинга является то, что благодаря ему можно изучать взаимосвязи и взаимозависимости между объемом производства, затратами и прибылью (Рис.1).

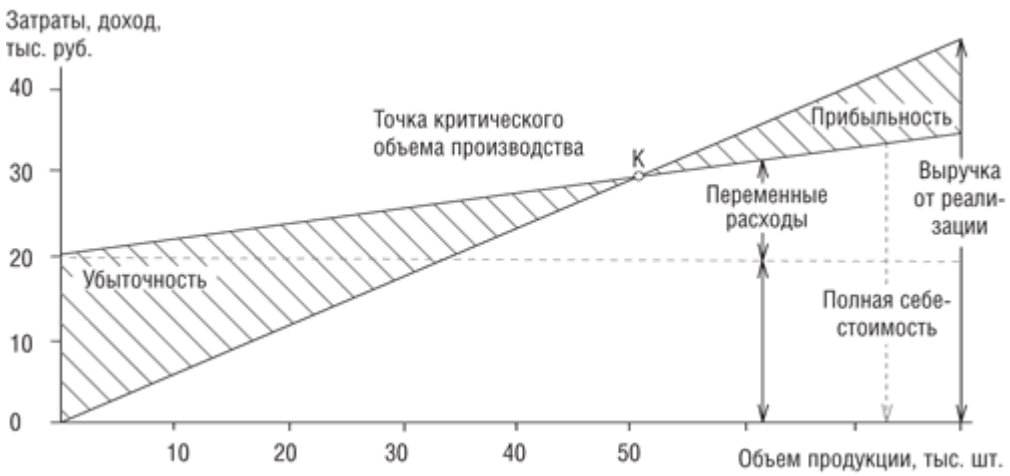


Рис. 1 Взаимосвязь объема производства, себестоимости и прибыли (источник компания ЦБА)

При использовании системы директ-костинг определяется ограниченная себестоимость, включающая в себя только сумму переменных затрат. Этот показатель сравнивается с выручкой за период и определяется маржинальный доход за отчетный период (брутто прибыль, сумма покрытия). Нетто-прибыль предприятия представляет собой разницу между полученной величиной и суммой постоянных затрат, которые не распределяются между изделиями, а списываются общей суммой на

финансовые результаты отчетного периода (одноступенчатый учет сумм покрытия).

По степени дифференциации затрат директ-костинг может иметь два основных варианта: простой, одноступенчатый директ-кост, основанный на использовании в расчетах данных только накладных затрат, учтенных единым блоком; развитый (многоступенчатый) директ-кост, при котором постоянные затраты подразделяются не по видам продукции и услуг, а по местам формирования накладных расходов, т.е. уровням управления. В одноступенчатом учете сумм покрытия все постоянные расходы, объединенные в одном блоке, вычитают из суммы покрытия данного отчетного периода. В противоположность этому в многоступенчатом учете покрытия постоянных расходов делается попытка деления блока постоянных затрат и распределения отдельных частей постоянных расходов не между отдельными носителями затрат, а между общим количеством какого-либо продукта или товарной группой, местом возникновения затрат или целым подразделением предприятия. При этом постоянные расходы в их взаимосвязи и выход на итоговый результат производственно-финансовой деятельности можно представить в следующем виде:

- постоянные расходы на изделие, прямо относимые на общее количество продукции данного вида, произведенной за данный период;
- постоянные расходы на группу изделий, приходящиеся на многие аналогичные виды продуктов, которые можно объединять в одной группе;
- постоянные расходы мест возникновения затрат, не подлежащие распределению между отдельными группами носителей затрат, а относящиеся прямо на отдельные места возникновения затрат;
- постоянные расходы подразделения, подлежащие покрытию из ещё не распределенной суммы покрытия всех изделий, выпускаемых этим подразделением; постоянные расходы предприятия, представляющие собой расходы, их остаток, который нельзя распределить между специальными калькуляционными объектами.

При использовании этого варианта директ-костинга дифференциации подлежат не только переменные, но и постоянные расходы и определяют ставки покрытия по видам продукции и местам ее изготовления и сбыта. Система развитого директ-костинга за счет многоступенчатого учета сумм покрытия, постоянных расходов создает более совершенную информационную базу для анализа структуры полученного результата и основных факторов, повлиявших на его величину. При этом можно выявить, вносит ли конкретный вид продукции, работ, услуг вклад в покрытие постоянных расходов предприятия, какова его величина, насколько оправдан уровень накладных затрат по подразделениям предприятия[3].

Учитывая затраты по методу директ-костинг предприятие получает ряд преимуществ. Директ-костинг позволяет руководству заострить внимание на изменении маржинального дохода как по предприятию в целом,

так и по различным изделиям. Например, можно выявить изделия с большей рентабельностью, чтобы перейти в основном на их выпуск, так как разница между продажной ценой и суммой переменных расходов не затушевывается в результате списания постоянных расходов на себестоимость конкретных изделий. Следующим преимуществом является то, что система обеспечивает возможность быстро переориентировать производство в ответ на меняющиеся условия рынка. И последнее в отчете о финансовых результатах, составляемом при системе директ-костинга, видно изменение прибыли вследствие изменения переменных расходов, цен реализации и структуры выпускаемой продукции.

Используя метод директ-костинг для организации управленческого учета предприятия сталкиваются с определенными проблемами, которые вытекают из особенностей, присущих этой системе. Очень сложно для менеджеров аналитиков разделить расходы на постоянные и переменные, потому, что чисто постоянных или чисто переменных расходов не так много. В основном расходы полупеременные, а значит, возникают трудности в их классификации. Кроме того, в различных условиях одни и те же расходы могут вести себя по-разному. Можно назвать ещё такие трудности как необходимость, устанавливать на продукцию предприятия цены, обеспечивающие покрытие всех издержек предприятия, искажение общей суммы прибыли за текущий период, поскольку остатки незавершенного производства оцениваются в разрезе лишь переменных производственных расходов, несовпадение результатов финансового учета (и финансовых отчетов) с результатами производственного учета. Эта ситуация снижает доверие контролирующих органов - финансового, налогового управления и других - к руководству компании и это ведет к негативным последствиям

Идеальных систем или методов управления затратами не бывает. У каждой системы и у каждого метода – свои достоинства и свои недостатки. Главная задача для руководителей – понять эти особенности, чтобы, сводя до минимума их негативные стороны, максимально эффективно использовать их преимущества. Делая вывод можно сказать, что применение метода директ-костинг на предприятии, несмотря на ряд сложностей, которые могут возникнуть в процессе его использования, может дать ему ряд преимуществ, таких как гибкость организации в условиях постоянно меняющегося рынка и мониторинг изменения прибыли как по предприятию в целом, так и по выпускаемым изделиям.

Использованные источники:

1. Керимов В.Э., Комарова Н.Н., Епифанов А.А., Организация управленческого учета по системе “директ-костинг”, 2010г.
2. http://cyberleninka.ru/article/n/Электронный ресурс
3. http://www.eg-online.ru/article/51932/Электронный ресурс

Гурдина Е. А.
бакалавр 4 курса
Васенкова Я. В.
бакалавр 4 курса
Грекова И. И.
бакалавр 4 курса
направление подготовки 080200.62 «Менеджмент»
Шуметов В. Г., д.э.н.
профессор
кафедра «Информационные технологии и математика»
ФГБОУ ВО «Орел ГАУ»
Россия, г. Орел

ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ БАНКРОСТВА

Аннотация: *Рассмотрены основные факторы, влияющие на банкротство, а также были предложены альтернативные пути по его предотвращению, воссозданные с помощью экспертной системы Expert Decide.*

Ключевые слова: *банкротство, фактор, модель, организация.*

В настоящее время любая организация, а тем более в положении нашей рыночной экономики на сегодняшний день, может обанкротиться. В действительности от банкротства ни одна организация не застрахована, поэтому многие организации прибегают к различным методикам по его предотвращению.

Для начала все таки необходимо разобраться, что же из себя представляет банкротство. В соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» №127-ФЗ, банкротство – это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.[1]

В соответствии с Гражданским кодексом РФ, банкротом не могут быть признаны: казенные предприятия, учреждения; политические партии; религиозные организации.[2]

Исходя из этого, можно судить о том, что банкротом может быть признана любая коммерческая организация, организация, осуществляющая финансовую деятельность.

Мы постарались воссоздать с помощью экспертной системы Expert Decide наиболее оптимальную и эффективную модель предотвращения банкротства. При этом мы рассмотрели различные факторы, которые могут привести к нему и отразили альтернативные варианты, которые способствуют его предотвращению. Однако, не смотря на это, нельзя с точностью утверждать то, что модель подойдет любой организации, и каждый будет к ней прибегать в случае банкротства.

К основным факторам, влияющим на банкротство, мы отнесли и внешние и внутренние факторы, однако, этого недостаточно, чтобы понять,

какие же факторы из них влияют на банкротство. Поэтому каждый из этих факторов мы разбили на составляющие. К внешним факторам мы отнесли: экономический фактор, политический фактор, социальный фактор и налоговую систему. К внутренним факторам: уровень менеджмента на предприятии и некомпетентность управленческого персонала.

Исходя из этих факторов, мы предложили некоторые альтернативные пути предотвращения банкротства: выделение финансовых средств из прибыли, сокращение всех расходов, модернизация производства, установление высоких цен, обновление основных фондов.

Знание факторов и выделение альтернативных путей позволили нам составить концептуальную иерархическую модель предотвращения риска банкротства.

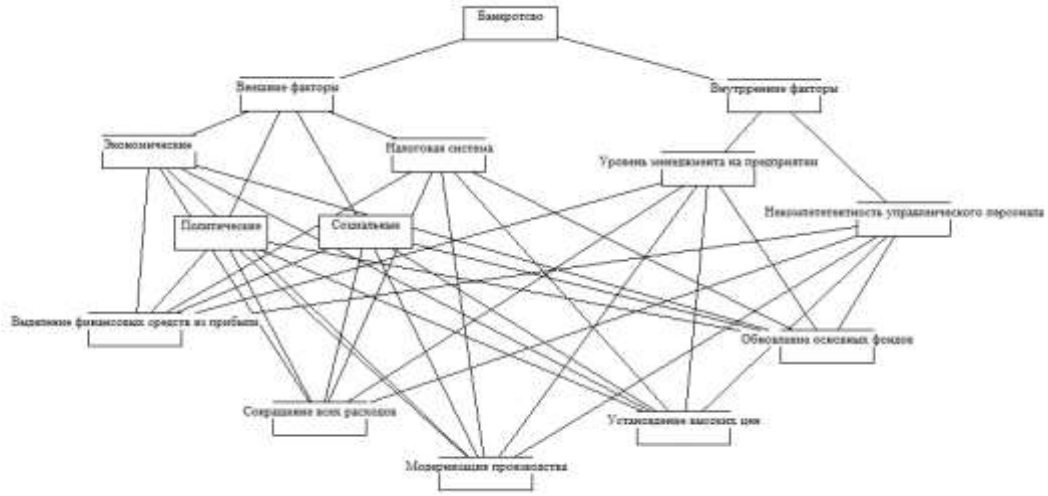


Рисунок 1 – Концептуальная иерархическая модель предотвращения банкротства.

Для того чтобы установить какой фактор и какая его составляющая в большей степени влияют на банкротство и к какому пути прибегнуть дабы его избежать была составлена информационная иерархическая модель предотвращения банкротства.

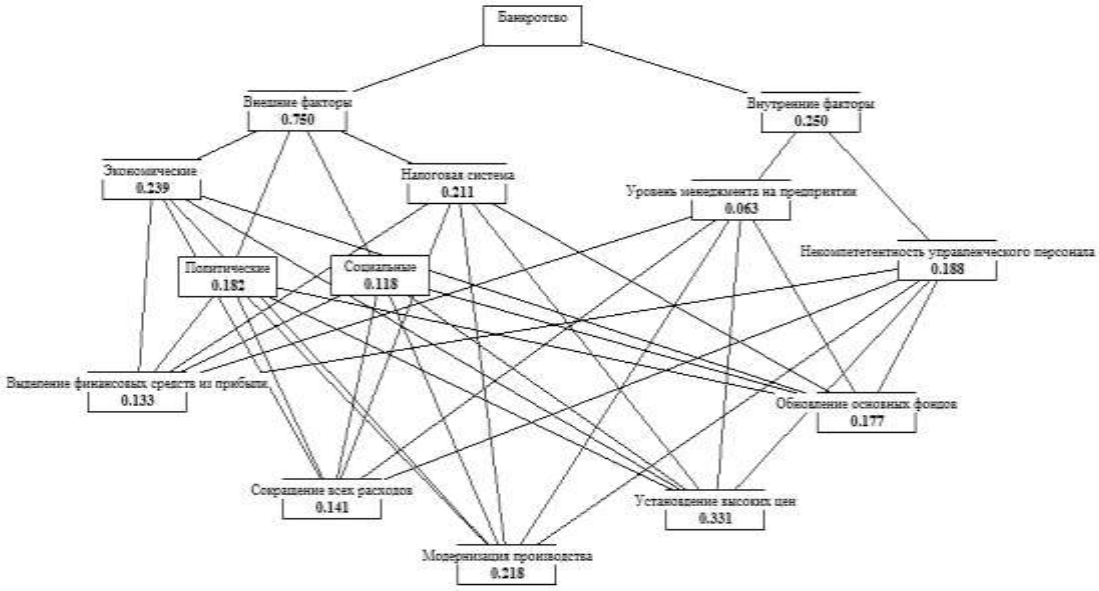


Рисунок 2 – Информационная иерархическая модель предотвращения банкротства.

В результате проведенных экспертом исследований было выявлено, что важнейшими факторами, которые способствуют возникновению банкротства в организации – это внешние факторы. Однако, стоит брать и во внимание внутренние факторы, т.к. в разрезе этих факторов рассматривались их составляющие факторы, которые влияют на возникновение банкротства. Среди внешних факторов самым воздействующими оказались экономические факторы и фактор налоговой системы страны. Среди внутренних факторов – некомпетентность управленческого персонала. В действительности, банкротство возникнет в тот момент, когда организация не будет отвечать кредитным обязательствам или будет не в платежеспособном состоянии. На это оказывает влияние экономический фактор, а именно не стабильное положение экономики в стране и налоговый фактор, когда власть, повышая налоги, пытается вывести экономику к стабильному развитию. При этом управленческий персонал из-за своей некомпетентности не может справиться с соответствующими изменениями в стране. Отсюда и вытекает риск возникновения банкротства. Но, не смотря на это, есть альтернативные пути его предотвращения. Исходя из нашей модели, эффективными путями предотвращения банкротства оказались установление высоких цен и модернизация производства. Данные пути предотвращения относятся к наступательной тактике, когда приоритетно проведение стратегических мероприятий.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что основной задачей управления банкротством будет направление всех возможных усилий организации на качественное преобразование своей деятельности при этом, учитывая возможные изменения экономики в стране.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О несостоятельности (банкротстве)" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая статьи 1- 453 от 30.11.1994. №51-ФЗ. (с изменениями на 01.12.2007 N 318-ФЗ); Часть вторая, статьи 454 – 1109 от 26.01. 1996. №14-ФЗ (в ред. от 29.11. 2007 N 287-ФЗ); Часть третья, статьи 1110 – 1224 от 26.11.2001. №146-ФЗ (в ред. от 03.06. 2006 N 73-ФЗ); Часть четвертая от 18 декабря 2006 г. №230-ФЗ (в ред. от 01.12.2007 N 318-ФЗ).

Давлетова А.Н.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
Башкирский Государственный Аграрный Университет
Россия, г. Уфа

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена теоритическим аспектам управления оборотными активами предприятия. Анализу деятельности предприятия. Анализу показателей эффективности управления оборотными активами. Рассмотрению предложений по совершенствованию управления оборотных активов.

Ключевые слова: оборотные активы, анализ деятельности предприятия, коэффициент оборачиваемости оборотных активов, запасы, дебиторская задолженность, денежные средства.

A.N. Davletova
Student
4th course, Department of "Economic"
Bashkir State Agrarian University
Russia, Ufa

IMPROVING THE MANAGEMENT OF CURRENT ASSETS OF THE ENTERPRISE

The article is devoted theoretically aspects of management of circulating assets of the enterprise. Analysis of the company. Analysis of indicators of efficiency of circulating assets. Consideration of proposals for improving the management of current assets.

Keywords: Assets, analysis of the company, turnover ratio of current assets, inventories, receivables and cash.

Оборотные активы – это денежные средства, которые имеет в своем распоряжении предприятие или те виды активов, которые в случае необходимости будут обращены в денежные средства, проданы или использованы в течение года.

Управление оборотными активами включает следующие этапы: анализ оборотных активов в предшествующем периоде; выбор политики формирования оборотных активов; оптимизацию объема оборотных активов;

обеспечение необходимой ликвидности и рентабельности оборотных активов; выбор форм и источников финансирования оборотных активов.

Для оценки эффективности управления оборотными активами используются такие показатели как: коэффициенты оборачиваемости оборотных активов, продолжительность одного оборота, рентабельности оборотных активов и др.

Проведено исследование финансового состояния ОАО «Уфимский хлебзавод №7».

Таблица 1 Горизонтальный анализ баланса

Показатели	Значение показателя, тыс.руб.			2013 г. в % к 2012 г.	2014 г . в % к 2012 г.
	на конец 2012 г.	на конец 2013 г.	на конец 2014 г.		
I Внеоборотные активы	24139	34827	113482	144,28	470,12
II Оборотные активы	115354	121789	39899	105,58	34,59
III Капитал и резервы	52753	44827	32000	84,98	60,66
IV Долгосрочные обязательства	25372	2369	37685	9,34	148,53
V Краткосрочные обязательства	61368	109420	83696	178,30	136,38
Баланс	139493	156616	153381	112,28	109,96

Горизонтальный анализ показал увеличение внеоборотных активов, долгосрочных и краткосрочных обязательств и, наоборот, снижение оборотных активов и собственного капитала.

Большое значение для оценки финансового состояния имеет вертикальный (структурный) анализ баланса, на рисунке 1 представлены его результаты.

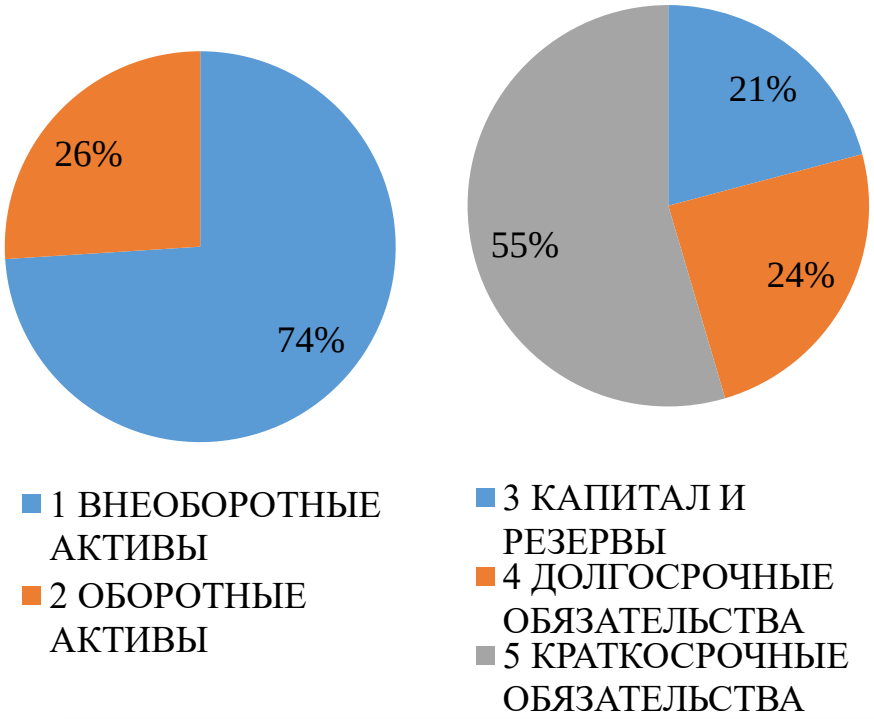


Рисунок 1 Структура баланса организации на конец 2014 г.

В 2014 году 26% актива приходится на оборотные активы, а 74% - на внеоборотные активы. Большую долю пассива баланса занимают краткосрочные обязательства 55%, на долю собственного капитала приходится 21%.

Расчет показателей рентабельности показал, что все они оказались на уровне меньше нуля, к тому же имеют отрицательную динамику снижения к 2014 году.

В таблице 3 представлены результаты расчетов оспоказателей эффективности оборотных активов.

Таблица 3 Показатели эффективности управления оборотными активами

Показатели	2013	2014	Изменение, +/-
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	2,76	4,07	1,31
Коэффициент загрузки оборотных средств	0,36	0,25	-0,12
Длительность одного оборота оборотных активов, дни	132,39	89,64	-42,76
Рентабельности оборотных активов, %	-7,19	-16,60	-9,41
Коэффициент оборачиваемости запасов	30,49	27,36	-3,13
Продолжительность одного оборота запасов, дни	11,97	13,34	1,37

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	4,55	6,38	1,83
Продолжительность одного оборота дебиторской задолженности, дни	80,22	57,16	-23,05

Можно выделить следующие положительные моменты:

- увеличение коэффициента оборачиваемости оборотных активов и коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности;

- сокращение длительности одного оборота оборотных средств и продолжительности одного оборота дебиторской задолженности, дни;

Негативные моменты заключаются в снижении коэффициента загрузки оборотных средств и коэффициента оборачиваемости запасов. Также отрицательно сказывается на деятельности предприятия увеличение продолжительности одного оборота запасов и отрицательная рентабельность оборотных активов.

Для эффективного управления оборотными активами необходимо:

- проводить систематическую работу по учету и списанию дебиторской задолженности;

- оптимизировать период оборота запасов, дебиторской задолженности и в общем оборотных активов;

- увеличивать коэффициент оборачиваемости оборотных активов.

Рациональное и эффективное использование оборотных активов способствует повышению финансовой устойчивости предприятия и его платежеспособности. В этих условиях предприятие своевременно и полностью выполняет свои расчетно-платежные обязательства, что позволяет успешно осуществлять коммерческую деятельность.

Использованные источники:

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента.- Киев.: Эльга. Ника - Центр, 2008.
2. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент.- М .: Финансы и статистика, 2002.
3. Камалова Д.А., Шутько Г.Н. Политика управления оборотными активами. – Экономика и социум, № 4(9), 2013.

Ергунов А.Н.
магистрант
кафедра менеджмента и маркетинга
Сафарова Э.И.
магистрант
кафедра менеджмента и маркетинга
УГАТУ
Россия, г. Уфа

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА УСТОЙЧИВОСТЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Статья посвящена исследованию места и функций организационной культуры в общей системе управления предприятием. Раскрыто предназначение организационной культуры, выполняемые функции, взаимодействие и связи с остальными элементами системы управления с точки зрения достаточной общей теории управления. Организационная культура рассматривается как элемент накопления коллективного интеллекта и опыта при развитии систем управления. Исследовано влияние организационной культуры на устойчивость управления предприятием. Раскрыты внешние и внутренние факторы, влияющие на структуру и функции организационной культуры.

Ключевые слова: Организационная культура, устойчивость управления предприятием, система адаптивного управления предприятием, философия управления предприятием.

И так, весь процесс формирования организационной культуры, это трудоемкий процесс, при котором нарабатывается совместный опыт всех членов группы. Этот процесс можно разделить на два направления, внешний и внутренний.

Внешний, это работа организации с внешней средой, то, как она будет действовать в тех или иных ситуациях.

И внутренний процесс, как сотрудники будут справляться со своими организационными проблемами.

Существуют разные подходы для установления целей и средств их достижения.

В одних – работники участвуют в установке целей и принимают на себя ответственность самостоятельно за их достижение; в других – работники участвуют только в выборе методов и средств их достижения. Бывают так же, организации с жесткой иерархий, где цели и средства их достижения диктуются сверху, высшим начальством, без каких либо пререканий.

Способность лидера оценивать, контролировать и поддерживать подчиненных, его реакция на критические события и кризисы, намеренное воздействие на трудовые роли, обучение и тренировки, критерии вознаграждений и продвижения по службе - все это действенные механизмы

поддержания организационной культуры.

Подбор кадров для организации осуществляется несколькими способами. Это образование трудовых династий, когда члены одной семьи (клана) приходят на работу в компанию по примеру своих старших представителей, а иногда и унаследуют их профессию и место работы от поколения к поколению. В этом случае возникают семейные традиции и очень устойчивые связи.

Другой способ подбора кадров, это прием на работу молодых и не имеющих опыта работы специалистов, а иногда и целевая их подготовка (обучение) для работы на предприятии.

Следующий способ, это прием на работу опытных и подготовленных специалистов на конкурсной основе.

Каждый из способов имеет свои достоинства и недостатки с точки зрения управления предприятием.

Как бы ни был эффективен подбор и отбор персонала, новые сотрудники должны адаптироваться к организационной культуре предприятия. Социализация как метод адаптации (синхронизации) к организации проходит в несколько этапов. На предварительной стадии сотрудник знакомится с работой и организацией до поступления на работу. На стадии непосредственного начала работы он оценивает и сравнивает свои ожидания с реальностью. Третья стадия - стадия непосредственной адаптации, стадия согласования своих интересов и ожиданий с новой реальностью.

Обучение - важнейший фактор развития организационной культуры.

Существуют разные подходы, с помощью которых можно оценивать эффективность организационной культуры различных организаций. Основным показателем эффективности системы управления является устойчивость организационной культуры и ее направленность на решение задач производства и оказания услуг, повышения их качества, выполнение производственных планов и получение прибыли от работы предприятия. А субъективными показателями могут быть показатели, выработанные американским специалистом в области организационного поведения С.П. Роббинса. [2] Он выделяет для сравнения различных культур десять характеристик:

- степень ответственности, свободы и независимости, которой обладает человек в организации;
- готовность работника пойти на риск;
- координация и согласованность действий людей внутри организации;
- помощь и поддержка со стороны управленческих служб;
- виды контроля и наблюдения за поведением сотрудников;
- степень отождествления сотрудника со своей фирмой;
- степень учета выполненных работ и система поощрений;
- готовность сотрудников открыто выражать свое мнение и идти на конфликт;

- соотношение формальной иерархии и подчиненности с неформальными взаимодействиями.

Оценивая организации по этим характеристикам, можно составить мнение об организационной культуре.

Обеспечение устойчивой организационной культуры для любой организации является важнейшим фактором обеспечения устойчивости управления и жизненно необходимым условием его существования. В современных условиях быстрого и динамичного развития общества, когда отсутствуют границы и преграды при обмене информации, бурно развиваются информационные технологии, организационная культура должна успевать адаптироваться к этим условиям. На каждом предприятии должны быть службы и квалифицированные специалисты для поддержания и развития этого направления.

Использованные источники:

1. Достаточно общая теория управления. Постановочные материалы учебного курса *факультета прикладной математики — процессов управления* Санкт-Петербургского государственного университета (1997 — 2003 гг.) Санк-Петербург 2003 г.

2. Олянич Д. Б. Теория организации: учебник / Д. Б. Олянич [и др.]. Ростов-н/Д: Феникс, 2008. 408 с.

3. Исмагилова В.С., Рассолова И.Ю. Концепция социальной ответственности: аргументы «за» и «против». Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность в современных условиях: теория и практика: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции(27 ноября 2014г.). Уфа: Аэтерна, 2015. С. 181-185.

4. Исмагилова В.С. Стратегический маркетинг в системе обеспечения экономической безопасности: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05. Уфа, 2002. – 207с.

Ергунов А.Н.
магистрант
кафедра менеджмента и маркетинга
Сафарова Э.И.
магистрант
кафедра менеджмента и маркетинга
УГАТУ
Россия, г. Уфа

ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА АДАПТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Статья посвящена исследованию места и функций организационной культуры в общей системе управления предприятием. Раскрыто предназначение организационной культуры, выполняемые функции,

взаимодействие и связи с остальными элементами системы управления с точки зрения достаточной общей теории управления. Организационная культура рассматривается как элемент накопления коллективного интеллекта и опыта при развитии систем управления. Исследовано влияние организационной культуры на устойчивость управления предприятием. Раскрыты внешние и внутренние факторы, влияющие на структуру и функции организационной культуры.

Ключевые слова: Организационная культура, устойчивость управления предприятием, система адаптивного управления предприятием, философия управления предприятием.

Всякий разум — индивидуальный или коллективный — в структуре организации решает, прежде всего, задачи **управления** по отношению к участникам предприятия и задачи самоуправления в пределах возможностей, предоставленных иерархически высшим объемлющим по отношению к нему управлением [1].

Без управления не может быть организована работа любого предприятия, любой организации. Наличие управления является необходимым и достаточным условием для организации любого дела.

Теория управления объектами достаточно хорошо разработана, однако, бурное развитие современных информационных технологий и средств коммуникаций влечет за собой быстрое развитие современных систем управления.

Особое место в управлении предприятием или общественными образованиями отводится **организационной культуре** предприятия. Известно, что имеется несколько типов организации системы управления. В основе этих систем лежит или опыт работы и конкретные знания, и навыки конкретного управленца (личности) или само организованный коллективный разум общества. В первом случае, это система непосредственного (прямого) управления объектом. А во втором случае, это адаптивная, само организующаяся система управления. Такая система предполагает наличие звена в системе для запоминания, анализа, хранения коллективного интеллекта, накопления опыта предыдущих ситуаций и результатов управления системы в этих условиях, а также информации о возможных ограничениях, начальных условиях и требуемом конечном состоянии системы. Это необходимо для обеспечения качественного управления и обеспечения устойчивости системы.

Для управления необходимо накопление информации на основе практических навыков, которые сотрудники предприятия более или менее целенаправленно и осознанно использует, развивают и накапливают в качестве своего жизненного опыта, анализ и оценка качества управления на основе этого опыта и выбор наиболее эффективных управленческих решений при различных ситуациях. Для этого необходимо обеспечить процесс передачи управленческих навыков с опорой на понятийный и

терминологический аппарат теории управления. Поэтому передача управленческой культуры от поколения к поколению осуществляется на основе теории, которая хранится, дополняется и развивается в одной из звеньев системы управления предприятием. Именно таким звеном в системе управления является организационная культура предприятия.

Организационная культура - это система общих ценностей, правил и норм поведения, принимаемых членами организации.

Необходимо учитывать двойственный характер организационной культуры. С одной стороны, на культуру корпорации влияют цели, господствующие идеи и ценности, выдающиеся лидеры, принятые нормы, стандарты и правила; с другой - она сама формирует систему корпоративных ценностей [2, 3].

В современном мире, в мире суеты и погоне за прибылью, в мире новых технологий и рутины, не стоит забывать о человеке. О человеке как о живом существе, со своими желаниями и ценностями.

В организациях, больших и малых, на сегодняшний день многое зависит от организационной культуры. Ведь только в хорошо слаженном коллективе работник старается принести пользу не только себе, но и для организации в целом.

Только в правильно подобранном и отрегулированном механизме, все его составляющие будут работать бесперебойно и слаженно. Но даже для таких выверенных механизмов нужен контроль, и своевременный уход.

Даже у самого мотивированного сотрудника, порой, бывает сбой из-за разногласий или неудовлетворенности от работы.

Почему же одни организации функционируют на рынке, а другие перебиваются малым, и к тому же с огромной текучестью кадров?

На разработку философии управления предприятием оказывают влияние внутренние и внешние факторы. К внешним факторам относятся общепринятые законы и положения: конституции, гражданский кодекс, законы о труде, устав предприятия, положения коллективного договора, и другие. К внутренним факторам могут быть отнесены: национальный состав сотрудников, численность работающих, культурный уровень персонала, региональная специфика, тип производства (отрасль), уровень жизни и др. Именно эта система взглядов на деятельность предприятия является основанием при разработке задач, целей, общих принципов управления и правил поведения [4].

Организационная культура объединяет разных людей и является организующим звеном в выполнении общих задач производства. Это основное условие успешности работы любого предприятия и пренебрежение к нему ведет к снижению устойчивости предприятия на рынке, а в дальнейшем - к полной или частичной потере управления им.

Организационная культура - это зачастую результат взаимодействия желаний и пристрастий основателей организации и базовых установок сотрудников, которые выработаны предыдущим опытом.

Организационная культура должна охватывать все сферы деятельности и действий предприятия. В том числе включает работу с каждым сотрудником предприятия, а так же охватывает правила и нормы поведения персонала при работе с внешними организациями.

Основной функцией организационной культуры внутри предприятия является накопление и сохранение базы знаний и выработка вектора управления в случае отклонения траектории движения организации от заданных значений матрицы целевых задач.

Такими задачами являются:

- Охрана системы ценностей, норм и правил, принятых организацией, для исключения проникновения нежелательных тенденций, ошибочных решений и опыта, извне.
- Приобщение каждого сотрудника в рабочую среду (коллектив) предприятия, определение его роли и ответственности за выполнение работы на своем рабочем месте.
- Формирование чувства общности сплоченности с единым коллективом предприятия,
- Регулирование, формирование и контроль поведения и качества работы каждого работника с помощью соблюдения ими требований нормативных документов.
- Обеспечение упорядоченности и однозначности в процессах производственной деятельности.
- Самосинхронизация поведения отдельных работников с поведением всего коллектива предприятия, для их безболезненной адаптации в социальную и производственную систему предприятия и в действующую систему отношений.
- Воспитание, обучение и развитие организационной культуры работников, и накопление "человеческого капитала" и обеспечение социальной стабильности.
- Управления качеством работы, и условий производства, что в свою очередь влияет на качество продукции.
- Гармоничное развитие отношений с внешней средой и своевременная адаптация функций управления в зависимости изменения внешних, влияющих факторов.
- Регулирование и установление взаимовыгодных взаимоотношений с партнерами, основанных на этических, нравственных нормах поведения перед ними.

Как и в любом социуме (стае, семье, группе, коллективе), основную роль играет ее лидер, так сказать вожак, с него берут пример младшие члены группы, он является вдохновителем для всех.

Так же и с организационной культурой, лидер закладывает основы для ее дальнейшего развития, лидер устанавливает основные правила и нормы поведения в организации. Лидер формирует миссию, цели и философию своей организации, и, опираясь на них, определяются основные ценности и

нормы организационной культуры.

Не стоит забывать и о другой стороне медали, организационная культура так же формирует себя и из нутрии, строит сама себя. Идти своим путем или поперек правил, такова природа человека и от этого никуда не уйти. Происходит своего рода естественный отбор, самостоятельно выбираются наилучшие нормы, стандарты и правила. Используя совместно выработанный или привнесенный с других мест работы, члены организации развивают общие подходы к совместной деятельности.

Однако могут существовать и другие, параллельные или дополняющие источники формирования организационной культуры. К примеру, это могут быть сторонние специалисты консультационных фирм, которые искусственно вносят коррективы в организационную культуру, способствуя тем самым улучшению выживаемости фирмы.

Организационная культура помогает поддерживать устойчивые связи и отношения как внутри самой организации, так и ее отношения с внешней средой.

Использованные источники:

1. Достаточно общая теория управления. Постановочные материалы учебного курса *факультета прикладной математики — процессов управления* Санкт-Петербургского государственного университета (1997 — 2003 гг.) Санк-Петербург 2003 г.

2. Олянич Д. Б. Теория организации: учебник / Д. Б. Олянич [и др.]. Ростов-н/Д: Феникс, 2008. 408 с.

3. Исмагилова В.С., Рассолова И.Ю. Концепция социальной ответственности: аргументы «за» и «против». Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность в современных условиях: теория и практика: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции(27 ноября 2014г.). Уфа: Аэтерна, 2015. С. 181-185.

4. Исмагилова В.С. Стратегический маркетинг в системе обеспечения экономической безопасности: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05. Уфа, 2002. – 207с.

Ермоленко Е.В.
магистрант I I курса
Национальный исследовательский
Томский политехнический университет
Россия, г. Томск

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВИРТУАЛЬНЫМИ КОМАНДАМИ ПРОЕКТА

Аннотация: данная статья поднимает проблему, связанную с управлением виртуальными командами. Статья описывает основные трудности, с которыми сталкиваются такие команды, а также дает некоторые рекомендации по их избеганию, либо по снижению их влияния на

эффективность работы виртуальной команды.

Ключевые слова: виртуальная команда, информационное поле, эффективность коммуникации, географический фактор, технический фактор, психологический фактор.

В настоящее время работа в виртуальном пространстве продолжает набирать свои обороты. Это касается не только социальной сферы общества, но и деловой сферы, т.е. бизнеса. В бизнесе также наблюдается сдвиг с физического поля на информационное [1]. Это связано с двумя основными трендами. Во-первых, наблюдается явление информационного взрыва [6], когда все больше информации публикуется в сети Internet. Во-вторых, бизнес все больше стремится к максимальному использованию глобальных ресурсов и находит поставщиков, подрядчиков и партнеров не по географическому местоположению, а по выгодности условий сотрудничества. В связи с этим стали появляться команды для выполнения определенных задач или проектов, члены которых находятся на расстоянии друг от друга и все их общение сводится к виртуальному миру.

Появление таких команд связано не только с увеличением роли сети Internet в бизнесе [2]. На сегодняшний день мир наблюдает тенденции того, что все больше людей стремятся зарабатывать деньги, используя несколько источников (несколько рабочих мест). А это сделать намного проще, если нет необходимости находиться на конкретном рабочем месте в течение всего рабочего дня. Более того, люди стремятся не быть привязанными даже к определенному городу, поэтому предпочитают работать дистанционно. Этот вопрос стал настолько актуальным, что нашел свое отражение на государственном уровне в законопроектах Правительства РФ [4].

Все эти тенденции способствовали тому, что в бизнесе появились так называемые виртуальные проектные команды. Соответственно, возникла необходимость и в управлении ими. Подобное мнение также высказал Эрин Мейер, адъюнкт профессор бизнес-школы INSEAD: «Сейчас виртуальных команд в мире больше, чем когда-либо, и их число все растет. Бизнес-школу INSEAD, в которой я преподаю, бомбардируют просьбами сделать специальную программу, которая учила бы менеджеров справляться с этим новым управленческим вызовом» [3].

Для эффективного управления такими командами необходимо знать, чем они отличаются от стандартной команды проекта и с каким проблемами сталкиваются.

Все проблемы можно обусловить несколькими факторами. В первую очередь, явными являются проблемы, вызванные географическим фактором. Если говорить о российском бизнесе, когда все члены виртуальной команды являются гражданами РФ и работают на территории России, то у команды не возникает никаких языковых барьеров и коммуникация может совершаться беспрепятственно с использованием различных технологических решений (телефон, социальные сети, Skype и др.). Однако с учетом наличия нескольких часовых поясов на территории России возникает вопрос о

построении рабочего графика, удобного для всех членов команды. Часовая разница может значительно сказаться на эффективности работы такой команды. Для решения этой проблемы можно предложить несколько рекомендаций. Во-первых, при возможности выбирать членов команды из одного часового пояса (либо из часовых поясов с небольшой временной разницей). Во-вторых, ставить жесткие рамки рабочего времени, чтобы совместная работа не велась в то время, когда в ней не может участвовать какой-либо член команды. В противном случае член команды «выпадет» из рабочего процесса и затем ему будет сложно в него обратно «влиться». Более того, это может оказать психологическое влияние, и участник команды не будет чувствовать ту ценность, которую он для своей команды несет.

Если говорить о международном бизнесе, то, естественно, проблема часовых поясов также имеет место быть. Однако здесь еще добавляется проблема языковых барьеров. В случае управления виртуальной командой, члены которой говорят на разных языках, необходимо выбрать один рабочий язык, наиболее подходящий для всех. Более того, необходимо убедиться в достаточной компетенции участников, чтобы все их внимание было направлено на решение задачи, а не на подбор языковых единиц для выражения их собственной идеи.

Помимо всего это культурный аспект взаимодействия также оказывает влияние на слаженную работу команды. Необходимо стараться учитывать особенности менталитетов, уважать традиции других стран для снижения рисков конфликтов на этой почве. Исключить это влияние совсем невозможно, однако снизить его вполне реально. Для этого можно перед началом работы провести вводную встречу, на которой участники команды могут презентовать свою страну, уделяя особое внимание тем аспектам, с которыми команда может столкнуться во время работы. Также можно постараться регламентировать этот момент, составив документ, отражающий основные культурные аспекты, и ознакомить с этим документом всех членов команды (можно этот документ составить либо по итогам презентации участников, либо в качестве дополнительного документа). В нем также можно прописать основные государственные праздники для каждой страны, чтобы с учетом этого составить график работы, согласовать время отпусков и т.д.

Следующий фактор, который хотелось бы отметить, это технологический фактор. Несмотря на всю развитость технических коммуникационных систем, нельзя исключать наличие связанных с этим проблем. В виртуальных командах основным средством коммуникации является сеть Internet. В связи с этим для эффективной работы виртуальной команды необходимо обеспечить бесперебойную работу сети и круглосуточный доступ к ней. Более того, необходимо регламентировать изначально канал коммуникации (электронная почта, определенная социальная сеть, программа Skype и т.д.). Несомненно, это важно и для

стандартных проектных команд для увеличения эффективности их коммуникации, однако для виртуальных команд этот критерий имеет исключительную важность. После выбора определенного канала коммуникации необходимо всех членов команды обеспечить устройствами, поддерживающими данный канал. Для экономии ресурсов возможно провести обратную операцию: выбрать наиболее подходящий канал коммуникации, исходя из устройств и возможностей членов команды.

В том случае, если члены команды обладают разными техническими ресурсами (разными по мощности, наполнению и возможностям техническими устройствами), то при распределении задач нужно это учитывать. Это необходимо делать для того, чтобы участник не тратил время на поиск необходимых ресурсов (например, покупку или установку необходимого программного обеспечения), а воспользовался уже имеющимися в своем распоряжении ресурсами и незамедлительно приступил непосредственно к работе. Это поможет сократить материальные затраты, а также повысить эффективность работы каждого члена команды и всей команды в целом.

Третий фактор, влияющий на работу команды, - психологический. Он затрагивает несколько аспектов и, возможно, является наиболее трудным для снижения своего воздействия на эффективность работы.

Известно, что инструменты командообразования могут значительно повысить уровень доверия и качество взаимодействия между членами команды, однако применить их для виртуальной команды представляет некоторые трудности. Более того, инструментов так называемого тим-билдинга, которые можно применить на расстоянии, не так уж и много. Соответственно, возникает вопрос о том, как сплотить команду для повышения эффективности ее работы. Одним из инструментов, помогающих решить этот вопрос, является так называемый «виртуальный кулер». Другими словами, необходимо создать условия для неформального общения участников команды (как будто они собрались у кулера с водой в офисе и обсуждают новости, не имеющие отношение к работе) [5]. Это можно сделать в начале еженедельной «встречи» в Skype, например, обсудить погоду или последние крупные спортивные мероприятия. Безусловно, это ведет к некоторому потери времени, но зато сделает «сухой» механизм передачи информации более оживленным и поможет сблизить участников виртуальной команды.

Если говорить о других аспектах психологического фактора, то здесь можно отметить затруднение взаимопонимания между участниками в виду разного восприятия письменной речи. Иными словами, не всегда возможно правильно растолковать интонацию или настроение членов команды, пользуясь письменными средствами коммуникации. Соответственно, в виртуальных командах практически отсутствует невербальное общение. Данный аспект повышает риск конфликтов, и соответственно понижает уровень эффективности работы. Для решения подобных проблем можно

порекомендовать на постоянной основе проводить общие планерки, в ходе которых члены команды могут общаться голосом, видя друг друга (например, с помощью программы Skype или ей подобных). Также возможно использовать так называемые «смайлы». По крайней мере, их использование может сгладить общение и снизить риск конфликтов. Однако это может быть неуместно, если общение имеет официальный оттенок, и их использование остается на усмотрение самих членов команды.

Более того, если проект долгосрочный, то необходимо периодически устраивать личный встречи участникам команды. Частота встреч зависит от сроков проекта и его бюджета. Такие встречи могут значительно сблизить команду и повысить эффективность ее работы в дальнейшем.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что работа с виртуальными командами предполагает определенные трудности. Чаще всего такую команду сложно полностью вовлечь в ценности организации, в ее корпоративную культуру. В связи с этим виртуальные команды больше используются как временные рабочие группы для реализации конкретного проекта. Однако при грамотном построении системы управления многие трудности в работе с виртуальными командами можно избежать, либо хотя бы снизить их влияние на эффективность работы, поэтому в некоторых редких случаях можно использовать подобную команду для развития бизнеса в целом. Более того, как уже было сказано, использование именно таких команд становится все более и более актуальным, а значит, учиться эффективно ими управлять становится не просто важным, а даже необходимым в условиях развития современной деловой экосистемы.

Использованные источники:

1. https://iq300.ru/blog/posts/124
2. http://www.e-xecutive.ru/management/practices/1918119-upravlenie-virtualnymi-komandami-kak-eto-delaut-geimery
3. http://www.forbes.ru/karera-column/menedzhment/55711-za-semyu-moryami
4. http://dislife.ru/articles/view/19316
5. http://www.inside-pr.ru/kommunikatsii/kommunikatsii/2931-10-printsipov-raboty-dlya-virtualnoj-komandy
6. https://ru.wikipedia.org/wiki/Информационный_взрыв

Ерыгина Н.С.
магистрант
кафедра финансов и учета
Экономический факультет
Национальный исследовательский
Томский государственный университет
Россия, г. Томск

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье дается определение инновационной активности, указаны

меры по ее повышению на уровне предприятий. Кроме того, определены проблемы, ограничивающие инновационную активность фирм в нашей стране.

Ключевые слова: инновации, исследования, политика, инновационная активность.

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY AT THE ENTERPRISE LEVEL

The article presents the definition of innovation activity. Measures of its improvement are described. The article identifies problems limiting the innovation activity of firms in our country.

Keywords: innovations, research, policy, innovation activity.

Анализ деятельности предприятий показал, что инновации в бизнесе – источник роста конкурентоспособности, которые возможны в развитой рыночной среде. Более совершенные товары или услуги не только удовлетворяют, но и развивают конечный потребительский и инвестиционный спрос. И если фирма не готова выпустить новые продукты, то она может стать банкротом. Поэтому предприятия совершенствуют технологии, развивают систему продаж и обслуживания своей продукции, стремясь укрепить свое положение на рынке.

Инновации обеспечивают стабильность и эффективность развития организации, сохранение его конкурентных преимуществ. Это наиболее рисковый и вместе с тем наиболее эффективный источник прибыли. Возникает потребность в повышении инновационной активности предприятий.

Под инновационной активностью принято понимать интенсивность осуществления экономическими субъектами деятельности по разработке и вовлечению новых технологий или усовершенствованной продукции в хозяйственный оборот. Ее требуется развить не только непосредственно в сфере НИОКР, но и в процессе производства и реализации товаров.

Оценивая инновационную активность России, приходится констатировать явное отставание от уровня инновационного развития ведущих страновых экономик, что ставит страну в растущую зависимость от импорта наукоемких товаров и технологий.

С другой стороны, ресурсов для осуществления инновационной деятельности действующим компаниям также не хватает: они не имеют налоговых льгот и не обладают доступом к долгосрочным кредитным ресурсам на разработку и внедрение совершенных технологий. Кроме того, проблемой является нехватка квалифицированных отраслевых исследователей, инженеров и рабочих, а также отсутствие системы технического регулирования. Сегодня чем сложнее и технологичнее продукция, тем больше разного рода сертификатов требуется для ее выпуска. Зарубежные конкуренты, в свою очередь, имеют дело с гораздо менее затратными и обременительными, но не менее эффективными процедурами, что дает им весомые преимущества. А мы из-за бюрократической

нерасторопности «замораживаем» промышленность на техническом уровне 70-80-ых гг. прошлого века.

Сложившаяся ситуация и низкий потенциал компаний в сфере инноваций представляют собой серьезную проблему, которую необходимо решать. В этом ключе важным элементом является проведение технологической политики, ориентированной на предприятия не только из высокотехнологичных отраслей, но также из отраслей, которые традиционно считаются низко- и средненаукоемкими. В рамках поддержки компаний, государство может оказывать прямую финансовую поддержку, со-финансируя перспективные проекты по разработке новых продуктов и технологий. Инновационная политика может быть реализована в следующих направлениях:

1) повышение эффективности работы отраслевых научно-исследовательских институтов;

2) повышение технологического уровня предприятий малого и среднего бизнеса;

3) внедрение налоговых льгот для компаний, осуществляющих НИОКР;

4) поддержка технологического обновления и стимулирование инновационной деятельности в компаниях;

5) активное привлечение в Россию международных компаний для осуществления НИОКР и другой инновационной деятельности, в частности через реализацию налоговых и других мер поддержки [1, С.134].

Что касается последнего направления, оно может стать важным элементом инновационной политики. Например, Организация международного сотрудничества и развития (ОЭСР) могла бы дать определенные рекомендации по применению современных принципов государственного управления в организациях, вовлеченных в реализацию инновационной политики.

По результатам опросов российских технологических компаний основным барьером для инновационной деятельности является нехватка свободных средств для инвестирования в инновации. Затем отмечается в качестве преграды низкая доступность финансирования из внешних источников и высокая себестоимость инновационных проектов в России.

Комплексное и форсированное решение выявленных проблем предполагает координацию совместной деятельности бизнеса и государства, как при определении приоритетных направлений технологического развития, так и при их реализации. В рамках проекта стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года предполагается предпринять меры к повышению качества взаимодействия различных сторон: бизнеса, науки, государства и общества. В документе отмечается необходимость стимулирования инноваций на существующих предприятиях и поддержки создания новых инновационных компаний по следующим направлениям:

- предоставление предприятиям грантов и субсидий на конкурсной основе по приоритетным направлениям инновационной деятельности;

- прямое организационное стимулирование крупных компаний к формированию и реализации программ инновационного развития;

- совершенствование системы поддержки экспорта высокотехнологичной, новой продукции;

- поддержка развития внутрифирменной науки, в том числе за счет обеспечения доступа компаний к исследовательскому оборудованию;

- совершенствование инструментов налогового стимулирования инновационной деятельности предприятий [2, С.62].

Таблица 2 – Целевые индикаторы реализации поставленных задач на период до 2020 года [2, С.112]

Наименование индикатора	2010	2016	2020
Коэффициент изобретательской активности (число отечественных патентных заявок на изобретения, поданных в России, в расчете на 10000 населения)	1,95	3	4
Число созданных передовых производственных технологий	854	1500	2015
Интенсивность затрат на технологические инновации (удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг)	1,39	2,0	2,5

Таким образом, низкая инновационная активность российских предприятий обусловлена неблагоприятными внешними факторами: слабыми отраслевыми стимулами и высоким уровнем дефицита кадров, наукоемкого оборудования. Что касается ресурсов, для инновационной деятельности имеют значение финансовые и человеческие ресурсы, квалификация специалистов в данной области, услуги научно-исследовательских организаций и поставщиков комплектующих.

Использованные источники:

1. Шваб К. Доклад о конкурентоспособности России 2011. Закладывая фундамент устойчивого процветания/ К. Шваб, Г. Гринхилл; под ред. А. Праздничных. - Всемирный экономический форум, 2011. – 236 с.

2. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года: утверждена распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. – М., 2011. - № 2227-р. – 136 с.

3. Ерыгина Н.С. Инновационный потенциал российской экономики // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние,

перспективы: сборник статей Международной научно-практической конференции (25 декабря 2015 г., г. Пермь). – 2015. – С. 131-133.

Есиков Н.В.
магистрант
факультет экономики и управления
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»
Российская федерация, г. Оренбург

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Под коммуникационным пространством организации мы понимаем процесс взаимодействия разнонаправленных векторов среди субъектов – участников интеракции [12], поскольку многие предприятия и организации принимают активное участие в социально-культурной жизни страны. В рамках сотрудничества с органами власти различного уровня и порядка, СМИ и информационными партнерами, меценатами и спонсорами, в деловых контактах специалисты PR постоянно стремятся улучшить качество и расширить диапазон предоставляемого сервиса, что возможно достигнуть за счет внедрения в инновационную деятельность различных коммуникационных технологий [4; 5]. Сегодня большое значение уделяется позиционированию предприятия в социуме, что диктует необходимость поиска новых способов и методов общения и коммуникации с конечным потребителем, а также применения эффективных и продуктивных технологий работы.

Современные маркетинговые коммуникационные технологии в инновационной деятельности организации дают возможность заново интерпретировать и предоставлять обновленную информацию о товаре/услуге, намечая при этом новые траектории общения и взаимодействия с потребителем [1]. Исходя из конкретной технологии взаимодействия, процесс коммуникации в определенной организации может быть внешней, внутренней и организационной [14].

Внешняя коммуникация предполагает выстраивание связей и каналов общения за пределами предприятия – имеются в виду различного рода социальные среды, в том числе и в виртуальном пространстве. Очевидно, что Интернет как механизм коммуникации, играет большую роль в сфере виртуальных способов интеракции. Практически невозможно сегодня представить организацию, которая не имела бы своего собственного аккаунта в социальных сетях и не устанавливала контакты с бесчисленной аудиторией из разных стран мира.

Разработка, дизайн, обслуживание и продвижение предприятием собственного сайта позволяет достигнуть многочисленные цели и решить ряд важнейших задач: привлекать большое количество клиентов и целевых групп; создавать положительный образ и имидж компании; обслуживать и оказывать всевозможную поддержку потребителей и партнеров фирмы [8].

Как показывают многочисленные исследования, наиболее эффективным считается размещение на сайте визуального материала – цифровых изображений и видео [3; 9; 10]. Это способствует не только значительному увеличению просмотров, а, значит, и посетителей – потенциальных клиентов, но и открывает двери для установления новых контактов и налаживания сотрудничества и дальнейшего выгодного партнерства. Такой подход в применении виртуальных способов коммуникации дает возможность быть более доступным, открытым и привлекательным в экономической, социальной и культурной сфере, а также расширяет функциональные характеристики, ориентируясь и на большой пласт молодежной аудитории [6].

Одним из наиболее популярных видов реализации внешней коммуникации сегодня является разработка и последующее продвижение брендов компании на различных социальных платформах с многомиллионной аудиторией пользователей [11]. Некоторые организации работают в этом направлении, используя потенциал и ресурсы собственных сотрудников, другие, которые подходят достаточно серьезно к этому вопросу, прибегают к помощи специалистов в области СММ (SMM – Social Media Marketing). Большая активность – в разных странах и регионах по-разному – наблюдается в таких сервисах как: “vk.com”, “Facebook”, “Twitter”, “Pinterest”, “YouTube” и прочих [13]. Здесь отлично налажена обратная связь: клиент может высказывать свои замечания, предложения и пожелания, кроме того имеется возможность задать любые вопросы относительно продукта или услуги и получить своевременные разъяснения, комментарии и ответы.

Еще одним компонентом реализации внешней коммуникации в инновационной деятельности предприятия является традиционная практика PR, где коммуникационные технологии представлены в виде: различного рода печатных публикаций в СМИ, включая специализированные и лимитированные издания; ролики, сюжеты, интервью, передачи на радио и телевидении; написание пресс-релизов и их целевая рассылка; различные рекламные кампании и акции, целью которых является формирование устойчивого позитивного имиджа предприятия [2].

Внутренняя коммуникация находит свое отражение в коммуникационных процессах, которые протекают в пространстве самой компании и выполняют главные функции сохранения и презентации различных объектов и артефактов. Здесь основной коммуникационный канал связи формируется за счет непосредственной экспозиции объекта, при этом механизмы воздействия на потребителя могут быть реализованы с помощью различных инновационных технологий. Сюда можно отнести мультимедийные и интерактивные технологии, позволяющие осуществлять открытое, свободное взаимодействие с объектом или целой средой, где потребитель становится непосредственным соучастником разноуровневой коммуникации [7].

К коммуникационным технологиям внутреннего механизма деятельности организации относятся: внутрикорпоративная газета - информационный листок; собрания сотрудников подразделений; корпоративное радио и доски объявлений; внутреннее телевидение и внутриорганизационная часть Интернет-пространства; оформление в фирменном стиле брошюр, буклетов, каталогов и всей полиграфической продукции. Помимо прочего, участие в международных конкурсах и выставках позволяет организациям не только презентовать свой продукт, но и сделать его узнаваемым, как в России, так и за рубежом.

Подытоживая, заметим, что современный этап развития и существования в социальном, экономическом и культурно-политическом пространстве, не позволяет организации обходиться без различных коммуникационных технологий. Современность требует активного применения широкого спектра информационных способов, приемов и методов налаживания контактов и установления двустороннего общения, в числе которых особое место занимают мультимедийные технологии и интерактивные практики, что способствует повышению статуса и формированию положительного имиджа компании, включению в коммуникативную деятельность с многочисленными участниками и, в конечном счете, эффективному продвижению своего продукта или услуг.

Использованные источники:

1. Бакун, Т.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации вуза в рамках концепции маркетинга взаимоотношений / Т.В. Бакун, О.Ю. Лейнвебер // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». - 2012. - № 4. - С. 143–146.
2. Данилина, Ю.А. Коммуникативные технологии постиндустриальной эпохи: антиномии теории и практики / Ю.А. Данилина // Вопросы культурологии. - 2007. - №12.
3. Еремина, Н.В. Диалоговое взаимодействие как фактор сформированности самостоятельности магистрантов / Н.В. Еремина, В.В. Томин // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: мат-лы Всероссийской науч.-метод. конф.; Оренбургский государственный университет. Оренбург: ООО ИПК «Университет». - 2014. - С. 2772-2778.
4. Есиков Н.В. Реализация коммуникативных технологий в рекламном менеджменте / Н.В. Есиков, В.В. Томин // Экономика и предпринимательство [электронный журнал] – 2015. - № 11. ч.2. URL: http://www.intereconom.com/component/content/article/313.html (дата обращения 15.12.2015)
5. Калиева, О.М. Применение техник нейролингвистического программирования в рекламной коммуникации / О.М. Калиева, Н.В. Отрубянникова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2013. - № 4. - С. 155-160.
6. Калиева, О.М. Эффект совместного действия рекламы и стимулирования

сбыта в розничной торговле / О.М. Калиева, О.П. Михайлова // Вестник Оренбургского государственного университета. - 2014. - № 4 (165). - С. 168-172.
7. Ксенофонтова, А.Н. Теоретические и прикладные аспекты развития речевой деятельности: монография / А.Н. Ксенофонтова, Н.В. Еремина, В.В. Томин. Оренбург: ГОУ ОГУ, 2006. - 263 с.
8. Макович, Г.В. Коммуникативные технологии в деятельности профессиональных групп / Г.В. Макович // Научно-информационный журнал «Вопросы управления». - 2014. - №3.
9. Новая парадигма образования в университетской подготовке специалистов: монография / Л.Р. Малышева, В.В. Мороз, В.Л. Темкина и др. под общей ред. проф. О.И. Кирикова. Воронеж: ВГПУ, 2009. - 227 с.
10.Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. / Г.Г. Почепцов. М.: Ваклер, Рефл-Бук, 2002. - 352 с.
11.Присяжных, И.В. Роль коммуникационных технологий в формировании туристского кластера [электронный ресурс]. URL: http://knu.znate.ru/docs/index-520985.html (дата обращения 25.09.2015)
12.Томин, В.В. Вектор диалоговых отношений в системе педагогических взаимодействий / В.В. Томин // Альманах современной науки и образования. – 2013. - № 4. – С. 189-191.
13.Томин, В.В. Формирование межкультурной толерантности студентов как фактор продуктивного кросскультурного взаимодействия / В.В. Томин // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №1. – С. 903.
14.Томин, В.В. Технологии взаимодействия как фактор развития речевой деятельности студентов: Автореф. дис. … канд. пед. наук / В.В. Томин. Оренбург, 2006. - 22 с.

Загней М.К.
студент 4 го курса
кафедра Бухгалтерский учет и аудит
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

КЛАССИФИКАЦИЯ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК

В процессе проверок налоговые органы в большинстве случаев выявляют несвоевременную и неполную уплату налога. Основой контроля налоговых органов является налоговая проверка.

Налоговая система Российской Федерации имеет достаточно разветвленную систему контроля. Согласно НК РФ налоговый контроль представляет собой деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками налогов законодательства о налогах и сборах[2]. Проверки, проводимые в соответствие с Налоговым кодексом РФ можно классифицировать по нескольким признакам, на рисунке 1 разработана и представлена схема данной классификации:

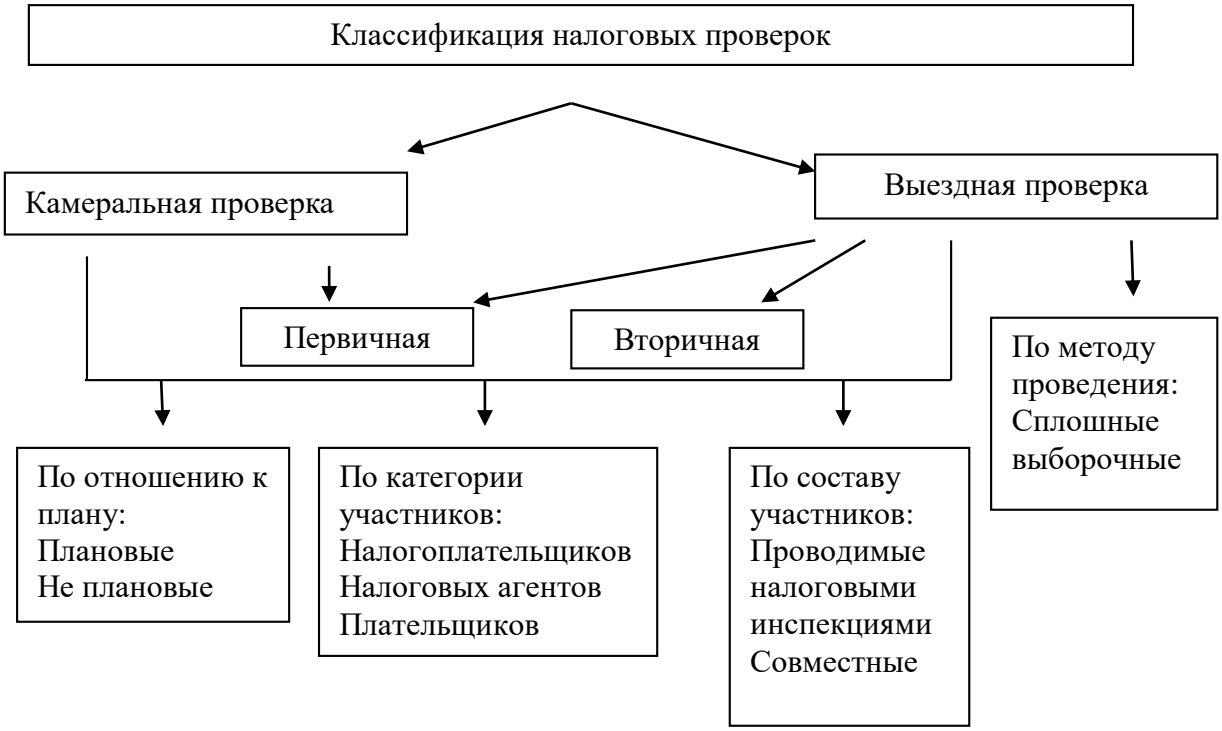


Рисунок 1 – Классификация налоговых проверок

Согласно статье 87 Налогового Кодекса РФ различают камеральные и выездные налоговые проверки.

В соответствие со статьей 88 Налогового Кодекса РФ камеральная проверка проводится на основе налоговых деклараций и документов, представленных налогоплательщиком, также других документов о деятельности налогоплательщика по месту нахождения налогового органа. Она проводится уполномоченными должностными лицами налогового органа в течение трех месяцев со дня представления налогоплательщиком налоговой декларации. Если последний день срока камеральной проверки приходятся на нерабочий день, то она должна быть завершена в ближайший рабочий день (п.7 ст. 6.1 НК РФ). Налоговая инспекция может проконтролировать только тот период, за который организация подала декларацию или расчет [1].

Выездная налоговая проверка в соответствие со статьей 89 Налогового Кодекса РФ проводится на основании решения руководителя (заместителя руководителя) налогового органа по месту нахождения организации или месту жительства физического лица, если у налогоплательщика отсутствует помещение для проведения выездной проверки, то она проводится по месту нахождения налогового органа. Однако инспекция может вынести решение проведения проверки независимо от местонахождения, если организация признается крупным налогоплательщиком или имеет статус участника

проекта «Сколково»[1]. При проведении выездной налоговой проверки инспекция может проконтролировать любые периоды, но не более 3 лет.

В один и тот же период налоговые органы не вправе проводить две и более выездные налоговые проверки по одним и тем же налогам. Однако существует повторная выездная проверка, т.е. существуют первичные и повторные налоговые проверки.

К повторным проверкам относятся выездные налоговые проверки, ими признаются выездные проверки, которые проводятся независимо от времени проведения предыдущей проверки. Повторная выездная проверка проводится в связи с реорганизацией или ликвидацией организации плательщика. Такого понятия как повторная камеральная проверка в налоговом законодательстве не существует, так как проверять одну и ту же декларацию (отчетность) инспекция не может, но проверить один и тот же период в рамках разных камеральных проверок инспекция вправе[4]. К первичным проверкам относятся как камеральные, так и выездные налоговые проверки, сущность заключается в том, что проверка, поэтому конкретному налоговому периоду и конкретному налогу не проводилась [2].

По категориям участников налоговых правоотношений выделяют налогоплательщиков, плательщиков и налоговых объектов [3].

Исходя из статьи 19 НК РФ, налогоплательщиками и плательщиками признаются физические лица и организации, которые обязаны уплачивать налоги и сборы. Статьей 24 НК РФ налоговыми агентами являются лица, на которых возложены обязанности по исчислению, удержанию у налогоплательщика и перечислению налогов в бюджетную систему РФ.

Выездные проверки проводятся сплошным и выборочным методом. При выборочной проверки проверяют часть документации или часть налоговых периодов, если в ходе этой проверки выявлены нарушения рекомендуется провести сплошную проверку. Сплошная проверка включает в себя проверку всех документов за все налоговые периоды налогоплательщика.

По составу участников выделяют проверки, проводимые силами налоговой инспекции, и совместные проверки. Согласно статье 36 НК РФ органы внутренних дел участвуют вместе с налоговыми органами в налоговых проверках.

В Федеральной Налоговой Службе существует план проверок, с указанием даты проверки, также существуют внеплановые проверки. Такие проверки могут быть вызваны такими причинами как проверки устранения замечаний выявленных ранее, нарушение прав потребителя, нарушение безопасности государства. Однако при проведении внеплановой проверки предприниматель должен быть проинформирован за несколько дней до её начала с указанием причины данной проверки[4].

В последнее время налоговые органы уделяют больше внимания повышению эффективности камеральных проверок, так как выездные проверки трудоемки и занимают много времени.

Выездная проверка тесно связана с камеральной, так как нередко назначение выездной проверки зависит от итогов камеральной.

Камеральные проверки – процедуры ежеквартальные, они проводятся в период после сдачи отчетности. Все представленные налогоплательщиками декларации подвергаются камеральной проверки. С помощью камеральных проверок своевременно обнаруживают и устраняют нарушения. Чаще и обязательно подвергаются камеральным проверкам те, кто несвоевременно предоставил декларации, при этом, чтобы избежать частных камеральных и выездных проверок следует своевременно подавать и внимательно заполнять декларации. Отчетность желательно предоставлять на магнитных носителях или по Интернету.

Использованные источники:

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 13.07.2015)
2. Пансков, В.Г. Налоги и налогооблажение: теория и практика: учебник/В.Г. Пансков. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт,2011. – 680с.
3. Учет и контроль в государственных налоговых органах (СахчинскаяН.С.,Абрамова Е.М.)Самара: Самар. гуманит. акад., 2010. — 175 с.
4. Материал из БСС « Система Главбух» [электронный ресурс] Подробнее: http://www.1gl.ru/#/document/12/47382/bssPhr81/?of=copy-2d59fffc36 (дата обращения 19.10.2015)

Загней М.К.
студент 4 го курса
кафедра Бухгалтерский учет и аудит
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

ПОНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Аннотация: в данной статье раскрыто понятие «управленческая отчетность» с точки зрения различных авторов.

На современном этапе экономике страны возрастает значимость управленческого учета, поскольку информация управленческого учета становится обязательной для успешной работы организаций и решения множества задач, стоящих перед руководством, посредством управленческой отчетности. Основу управленческого учета составляет управленческая отчетность.

В экономической литературе существует множество определений «управленческой отчетность». Одни авторы называют её «внутренняя бухгалтерская управленческая отчетность», другие «внутренняя бухгалтерская отчетность», третьи «бухгалтерская управленческая отчетность». Но на наш взгляд эти термины являются синонимами[5].

Таблица 1 – Определение понятия «Управленческая отчетность»

Автор	Понятие «Управленческая отчетность»
1	2
Адамов Н. и Адамова Г.	«управленческая отчетность» – представляет собой взаимосвязанные данные и расчетные показатели, отражающие работу предприятия как субъекта хозяйствования. Данные и показатели сгруппированы в целом по предприятию и в разрезе структурных подразделений. Отчетность является важнейшим источником информации для анализа и принятия решений.
1	2
Бакаев А.С.	«внутренняя отчетность» - это система сбора информации в денежном и натуральном измерении, которая используется для управления организации, влияющая на финансовые, технологические и производственные показатели.
Гусева Е.Э.	«управленческая отчетность» – это система показателей взаимоувязанных между собой, характеризующих результаты деятельности и условия организации в целом или отдельных её частей.
Духанин С.В.	«управленческая отчетность» – это внутренняя отчетность, подготовленная в сфере контроллинга для принятия управленческих решений на предприятии.
Ивашкевич В.Б.	«управленческая отчетность» – это взаимосвязанные фактические, плановые, прогнозные данные и расчетные показатели о функционировании хозяйственной организации как экономической и производственной единицы.
Слободняк И. А. [4,49]	«бухгалтерская управленческая отчетность – это система учетно-аналитической информации, содержащаяся в формах отчетности, представленная в виде системы учетных и расчетных показателей с использованием совокупности форматов, организованная в соответствии с внутренними регламентами предприятия, характеризующая внутреннюю и внешнюю среду организации в целом и (или) ее сегментов и оперативно удовлетворяющая информационные потребности внутренних пользователей информации».
Соколов А.Ю.	«управленческая отчетность» – это совокупность приемов получения итоговых данных для целей управления организаций.
Хоружий Л.И. [6,48]	«оперативная отчетность» - это данные, которые основаны на оперативном учете и содержат сведения по основным показателям.
Шеремет А.Д.	«частная внутренняя отчетность» - это отчетность об условиях и результатах деятельности структурных подразделений предприятия, отдельных направлений его деятельности, а также результатах деятельности по регионам.

Отметим что многие авторы, описывают управленческую отчетность как бухгалтерскую отчетность в целом, добавляя к ней некоторые особенности, например, такие как направление информации на управленческий персонал, т.е. внутренних пользователей информации[3].

Управленческая отчетность не имеет четкого содержания, вида, формы, объема и срока предоставления, так как её заполнение несет

рекомендательный характер.

В целом можно сделать вывод о том, что составление управленческой отчетности является необходимым элементом системы управленческого учета, обеспечивающим действенный контроль за эффективностью производственной деятельности предприятия и его структурных подразделений[1,15].

Таким образом, внутренняя (управленческая) отчетность является той частью учетно-контрольного механизма организации, которая обеспечит возможности более детального и основательного изучения положения предприятия и окажет плодотворное содействие принятию стратегических и оперативных управленческих решений.

Использованные источники:

1. Ветрова Л.Н. Порядок представления управленческой отчетности менеджерам в соответствии с иерархией управления отрасли молочного скотоводства // Л.Н. Ветрова// Бухгалтер и закон. – 2014. - №2. – С. 14-16.
2. Ветрова Л.Н., Матвеев В.В. Оценка рисков при формирования бюджета организации с использованием методов прогнозирования// Л.Н. Ветрова, В.В. Матвеев// Экономика и предпринимательство. – 2014. - №9. – С. 682-685.
3. Ветрова Л.Н. Основы формирования технико-организационных элементов управленческого учета // Л.Н. Ветрова// Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. - №1. – С.90.
4. Слободняк, И. А. К вопросу об определении понятия "бухгалтерская управленческая отчетность" / И. А. Слободняк// Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. - 2011. - N 6. - С. 44-49.
5. Ю.А. Игошина Содержание управленческой отчетности и этапы ее постановки [Электронный ресурс] /Вестник НГИЭИ/ код доступа: http://vestnik.ngiei.ru/wp-content/uploads/2014/12 (дата обращения 20.02.2015)
6. Хоружий, Л. И. Формирование и визуализация управленческой отчетности в АПК с использованием OLAP-технологий / Л. И. Хоружий, Ю. Н. Катков// Бухучет в сельском хозяйстве. - 2011. - N 7. - С. 45-51.

Загней М.К.
студент 4 го курса
Карачковская О.И.
студент 4 го курса
кафедра Бухгалтерский учет и аудит
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

КАЛЬКУЛЯЦИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Роль калькуляции себестоимости растет в условиях самофинансирования предприятий, когда для организации важно соизмерить доходы с затратами, выявить наиболее «уязвимые» места и тем самым повысить конкурентоспособность своей продукции[2]. Определение

себестоимости единицы продукции необходимо не только для организации учета, но и для принятия управленческих решений.

Калькуляция себестоимости - заключительный этап учета затрат на производство и выхода продукции, это не просто метод бухгалтерского учета, а важнейшая часть учетного процесса, которая позволяет сгруппировать затраты и исчислить себестоимость продукции с помощью определенных методов.

Под себестоимостью принято понимать стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию. Таким образом, себестоимость включает все затраты, связанные не только с производством продукции, но и с ее реализацией. Исчисление себестоимости единицы продукции или всей товарной (реализованной) продукции принято называть калькуляцией[1].

При классификации по способу включения в себестоимость продукции расходы делят на прямые, которые относятся к конкретному виду продукции и косвенные - расходы, которые невозможно отнести к конкретному виду продукции, так как они нужны для всего производственного процесса одновременно.

Чтобы определить себестоимость продукции необходимо провести расчеты по следующему методу[3]:

1. Определить сумму основных затрат на производство каждого вида продукции;
2. Определить общую сумму основных затрат на производство продукции;
3. Суммировать общепроизводственные расходы;
4. Суммировать общехозяйственные расходы;
5. Найти коэффициент распределения путем деления общепроизводственных (общехозяйственных) расходов на общую сумму основных затрат;
6. Распределить по видам продукции суммы общепроизводственных (общехозяйственных) расходов с помощью коэффициента распределения;
7. Определить полную себестоимость выпуска каждого вида продукции;
8. Определить полную себестоимость единицы продукции каждого вида.

Этот метод калькулирования себестоимости считается, традиционным для многих отраслей производства. Данный метод универсален, он позволяет применить его не только в управленческом, но и в бухгалтерском учете, также он довольно прост и не трудоемок. Он может использоваться на тех предприятиях, где объем выпускаемой продукции не более 10 видов, для более обширного производства необходима специализированная программа.

Использованные источники:
1. Ветрова Л.Н. Учет затрат на производство и исчисление себестоимости овощей закрытого грунта // Л.Н. Ветрова // Бухучет в сельском хозяйстве. - №4. – 2009. – С. 21-28.
2. Ветрова Л.Н., Бухвостов Ю.В. Калькуляция себестоимость овощей защищенного грунта // Л.Н. Ветрова, Ю.В. Бухвостов // Все для бухгалтера. - №5. – 2007. – С. 16-20.
3. Стажкова М.М. Калькуляция себестоимости продукции // М.М. Стажкова// Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. - №9. – 2011. – С. 24-27.

Загней М.К.
студент 4 го курса
кафедра Бухгалтерский учет и аудит
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

ПРИЗНАНИЕ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

В данной статье рассмотрены методы учета продаж продукции, порядок признания доходов и расходов при применении каждого из методов, отражены операции по каждому из методов.

Учету продажи продукции посвящено множество научных работ экономистов. В таких журналах как «Главбух» и «Бухгалтерский учет» существует множество статей, которые раскрывают особенности бухгалтерского учета продажи продукции на предприятиях с различными организационноправовыми формами. По мнению, В.К. Фальцмана, реализация - это превращение произведенных товаров и услуг в деньги [3,с.253]. Моментом признания факта реализации товара считается поступление денег или переход права собственности на товар.

Документами системы нормативного регулирования бухгалтерского учета допускается выбор из двух методов определения доходов и расходов - метод начисления или кассовый метод. Организация вправе самостоятельно выбрать один из методов, который закрепляет в учетной политике и раскрывает в пояснительной записке к бухгалтерской отчетности организации.

Большинство организаций применяют метод начисления. Согласно этому методу доходы и расходы предприятия признаются в том отчетном периоде, в котором они фактически имели место, независимо от времени оплаты.

Доходы от реализации признают датой перехода права собственности. Доход, относящийся к нескольким отчетным периодам, признается в течение всего периода, к которому относится[4,с.29].

Расходы на приобретение сырья и материалов к учету признают датой передачи в производство сырья и материалов в части сырья и материалов,

приходящихся на произведенные товары. При этом покупная стоимость сырья и материалов списывается на расходы только в части, отпущенной в производство и использованной в нем до конца месяца. Расходами на приобретение покупных товаров считается дата реализации товаров. Амортизация учитывается ежемесячно в последний день месяца (амортизируемое имущество не обязательно должно быть полностью оплачено)[4,с.30].

В таблице 1 рассмотрим корреспонденцию счетов по методу начисления [2,с.153].

Метод начисления заключается в том, что бухгалтерскими проводками отражается еще не совершенная хозяйственная операция, а только планируемая к выполнению. Хозяйственная операция записывается в учетных регистрах в момент ее совершения, а не в момент получения денег[4,с.30].

Таблица 1 – Отражение доходов и расходов от реализации по методу начисления

Содержание операции	Дебет	Кредит
Списана себестоимость проданной продукции	90/2	43
Начислен НДС	90/3	68
Отражена выручка от продажи продукции	62	90/1
На расчетный счет зачислены денежные средства от покупателей	51	62
Отражена прибыль от реализации продукции	90/9	99

Если регистрация в учете доходов и расходов совпадает с поступлением денег, то существует полное соответствие во времени между расходами и доходами и результатами отчетного периода, к которому он относятся, тогда применяют кассовый метод. Использовать данный метод могут организации (малые организации, за исключением эмитентов), у которых сумма выручки от реализации без НДС в среднем за четыре квартала не превысила 1 млн.руб. за каждый квартал, так же этот метод могут использовать вновь созданные организации за предыдущие четыре квартала не имеющие никаких доходов, поэтому они вправе определять расходы и доходы по кассовому методу с момента государственной регистрации при последующем соблюдении условий установленных статьей 273 НК РФ [1].

Согласно этому методу датой получения дохода признается день получения денежных средств кассу или на расчетный счет в банке, день поступления имущества, работ и услуг, погашение задолженности. На основании первичных документов устанавливается получение дохода.

Рассмотрим порядок признания доходов и расходов этим методом [4,с.30]. Доходы от реализации признают дату поступления денег или иного имущества, любое погашение задолженности. Полученные авансы признают датой получения денег.

Расходы на приобретение сырья и материалов признают день, когда выполняется, что сырье и материалы оплачены, отпущены в производство и использованы в нем до конца месяца. Расходы на приобретение покупных товаров учитывают день, когда выполняется, что товары оплачены поставщику и реализованы на сторону.

Амортизация учитывается ежемесячно в последний день месяца (только по оплаченному имуществу). Прочие расходы учитывают в день погашения задолженности.

В таблице 2 рассмотрим корреспонденцию счетов по кассовому методу [2,с.156].

Таблица 2 – Отражение доходов и расходов от реализации кассовым методом

Содержание операции	Дебет	Кредит
Списана себестоимость проданной продукции	90/2	45
Начислен НДС	90/3	68
Отгружена продукция покупателю	45	43
Отражена выручка от продажи продукции	51	90/1
Отражена прибыль от реализации продукции	90/9	99

Обобщая всё вышеупомянутое, кассовый метод основывается на данных платежных систем, которые отражаются в кассовой или банковской системе и подтверждены первичными документами. Возможна проверка, так как прибыль совпадает с кассовым остатком. Он создает определенные трудности с учетом дебиторской задолженности, что не позволяет применять данные бухгалтерского учета для принятия управленческих решений. Этот метод требует ведение подробной аналитики, чтобы отследить оплаченные доходы и расходы. Метод начисления сложнее, но точнее, в нем остаток в кассе не совпадает с прибылью. Большинство организаций применяют этот метод.

Итак, организации, у которых в среднем за предыдущие четыре квартала не более 1 млн. руб. и если они не являются участниками договора доверительного управления имуществом или договора простого товарищества могут использовать кассовый метод, остальные же должны использовать метод начисления.

Использованные источники:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации (НК РФ) Часть 2 от 05.08.2000 N 117ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (действующая редакция от 04.10.2014)
2. Бухгалтерский учет. Сафронова Ю.В. М.: МИЭМП, 2012. — 388 с.
3. Интенсивный курс МВА: Учеб. Пособие / Под ред. В.К. Фальцмана, Э.Н. Крылатых. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 544 с.
4. Метод бухгалтерского учета//Экономика и учет труда. – 2012. – N8. – С. 27-31.
5. В. Захарьин Особенности формирования учетной политики на 2013г.:

Методологические аспекты//Новая бухгалтерия. – 2013. – N2. – С. 55-86.

Загней М.К.
студент 4 го курса
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

ДОКУМЕНТАЦИЯ – ЭЛЕМЕНТ МЕТОДА БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА

Для сплошного и непрерывного отражения объектов бухгалтерского учета необходимо отражать каждую хозяйственную операцию, так как финансово-хозяйственная деятельность предприятия сопровождается выполнением множества хозяйственных операций. Поэтому с этой целью применяется элемент метода бухгалтерского учета документация.[2]

Документация – это письменное свидетельство о совершении хозяйственной операции или о праве на ее совершение. Каждая хозяйственная операция оформляется соответствующим документом, который служит не только основанием для ее фиксирования, но и способом регистрации и наблюдения за ней. Документы служат целями контроля, дают возможность проведения документальной проверки и обеспечивают сохранность имущества.

В повседневной работе предприятий независимо от формы собственности создаются различные документы по производственной, хозяйственной и финансовой деятельности. Особую группу учетно-экономических документов составляют бухгалтерские документы. Бухгалтерский документ – это письменное свидетельство законности и реальности совершенной хозяйственной операции.

Документирование хозяйственных операций является неотъемлемым элементом бухгалтерского дела, так как любая хозяйственная операция отражается на счетах бухгалтерского учета, только на основе правильно оформленных документов.

В бухгалтерском учете применяется множество различных документов, которые классифицируются по следующим основным признакам:[3]

1. По назначению документы делятся на:

- распорядительные документы, т.е. в них содержится распоряжение, приказ, задание на совершение хозяйственной операции. Эти документы служат основанием для приема и выдачи денег, товарно-материальных ценностей и др.
- исполнительные (оправдательные) документы, которые свидетельствуют о совершении факта хозяйственной жизни.
- Комбинированные документы выполняют функции распоряжения и исполнения. Это расходные кассовые ордера, приходные кассовые ордера, наряды на сдельную работу и т.д.

2. По месту составления документы подразделяются на:

- Внутренние - это такие документы, которые составляются и используются в пределах данного предприятия, к ним относятся приходные и расходные кассовые ордера, наряды, авансовые отчеты и т.д.

- Внешние документы составляются в одном предприятии, а используются в другом. Они выходят за пределы предприятия. К ним относятся счета, счета-фактуры, платежные требования, накладные, акты приема выполненных работ и т.п.

3. По степени обобщения документы делятся на:

- Первичные - это документы, которые составляются в момент совершения хозяйственной операции. Они имеют большое значение в бухгалтерском учете, так как являются основой всех последующих записей в регистрах бухгалтерского учета. Имеют также и юридическую силу, являясь основанием для разрешения различных споров в арбитраже и т.п.

- Сводные документы фиксируют ряд однородных операций по мере их совершения или содержат сведения ряда первичных документов. В качестве примера можно выделить ведомости движения готовой продукции, отчеты о движении материальных ценностей.

4. По способу (количеству) охватываемых операций:

- Разовые документы - применяются для отражения одного факта хозяйственной деятельности и используются в случаях, где необходимо строгое их разграничение.

- Разовые документы - применяются для отражения одного факта хозяйственной деятельности и используются в случаях, где необходимо строгое их разграничение.

В соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ от 06.12.2011г., выделяют следующие основные виды бухгалтерских документов:

1. Первичные учетные документы (статья 9);
2. Регистры бухгалтерского учета (статья 10);
3. Формы бухгалтерской (финансовой) отчетности.[1]

Каждый факт хозяйственной жизни предприятия подлежит оформлению первичным учетным документом. Первичные учетные документы фиксируют хозяйственные операции в той последовательности, в которой они проводятся на различных участках, складах, цехах и т.д. Это обеспечивает сплошной учет всех объектов на основе записей в документах, а так же контроль сохранности имущества предприятия.

Первичные учетные документы применяются к учету, если они составлены по форме и имеют обязательные реквизиты. Формы первичных документов утверждает руководитель предприятия по представлению должностного лица, на которое возложено ведение бухгалтерского учета.

Данные, содержащиеся в первичных документах, подлежат

своевременной регистрации и накоплению в регистрах бухгалтерского учета. В регистрах бухгалтерского учета не допускаются пропуски или изъятия при регистрации объектов бухгалтерского учета. Учетные регистры так же должны быть составлены по форме и содержать обязательные реквизиты, которые утверждает руководитель предприятия.

В конце отчетного года все данные, содержащиеся в учетных регистрах, переносятся в соответствующие формы бухгалтерской отчетности, которые так же проверяются и утверждаются руководителем предприятия. После отражения данных в соответствующих документах и переноса их в бухгалтерскую отчетность, их подшивают, ставят печать, подпись руководителя предприятия и сдают в архив.

Таким образом, документация – это важный элемент бухгалтерского дела, так как с помощью его предприятие может контролировать ход совершения хозяйственных операций, их достоверность и своевременное отражение на счетах бухгалтерского учета.

Использованные источнкии:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ от 06.12.2011г. (ред. от 04.11.2014г.).
2. Бухгалтерское дело: Учебник/В. М. Швецкая, Н. А. Головко. – М.: Изд. Дашко и К, 2012. – 304 с.
3. Кирьянова З. В. Теория бухгалтерского учета. – М.: финансы и статистика, 2010. – 192 с.

Загней М.К.
студент 4 го курса
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ В БУХГАЛТЕРСКОМ ДЕЛЕ

В настоящее время для правильного и рационального ведения бухгалтерского учета любой организации необходимо формирование и применение учётной политики.

О степени изученности вопроса учетной политики можно судить по мнениям авторов статей, которые являются специалистами в области учета, такие как А. Волчек, В. Васильев и другие. Большинство авторов в учебной литературе дают определение учётной политики, основываясь на законодательном определении.

В соответствии с ПБУ 1/2008, под учетной политикой организации понимается принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учета - первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности [1].

Учётная политика формируется организацией самостоятельно. Она

разрабатывается главным бухгалтером и утверждается руководитель данной организации.

На формирование учетной политики значительное влияние оказывают факторы, такие как:

- организационно-правовая форма организации;
- отраслевая принадлежность;
- вид деятельности;
- масштабы деятельности;
- финансовая стратегия организации.

Так как учётная политика предприятия действует на протяжении всего существования предприятия, при её разработке необходимо учитывать мельчайшие детали, а также предусматривать будущие планы.

При формировании учётной политики любая организация должна раскрывать в ней способы ведения бухгалтерского учёта, которые оказывают существенное влияние на принятие решения пользователей бухгалтерской отчётности [2].

Целью учетной политики любого предприятия является создание информации, которая позволяет производить оценку капитала, активов, обязательств, доходов и расходов, за любой период деятельности предприятия в целях составления финансовой отчетности, а также для своевременных и правильных налоговых исчислений.

Учётная политика предприятия должна обеспечить целостность системы учетного процесса, так как она является важным инструментом управления предприятием. Это означает, что она должна объединить воедино все аспекты учетного процесса организации, то есть решать вопросы методического, технического и организационного характера.

Сформированная организацией учётная политика должна соответствовать обязательным требованиям. Одними из важных требований является полное отражение в бухгалтерском учёте всех фактов хозяйственной деятельности; осмотрительность т.е. большая готовность отражать в бухгалтерском учёте предполагаемые расходы и потери, чем возможные доходы; приоритет содержания перед формой, которое представляет собой отражение в бухгалтерском учёте фактов хозяйственной деятельности, исходя из их экономического содержания; непротиворечивость показателей отчётности данным аналитического и синтетического учета, а также рациональное и экономическое ведение бухгалтерского учёта, исходя из условий деятельности и величины организации.

Большое значение в учётной политике играет современное формирование финансовой и управленческой информации, ее достоверность, доступность и полезность для пользователя реализуется в учетной политике предприятия.

Формирование и реализация учетной политики связаны с практическим осуществлением бухгалтерского учета, поэтому, говоря об

учетной политике, следует отталкиваться от традиционных взглядов на метод учета, который представляет собой совокупность приемов первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки, итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности. Из всей совокупности способов необходимо выбирать те, которые будут оптимальны для конкретной хозяйственной ситуации, реализуемой в рамках конкретного хозяйствующего субъекта, функционирующего в условиях конкретной среды - правовой, экономической и т.д. Возможность выбора конкретных способов оценки, калькуляции, состава и порядка ведения счетов и др., особенности использования этих приемов - все это в целом составляет степень свободы организации в формировании учетной политики.

Подчеркнем, что учетная политика не должна быть слишком объемной. Общие положения, действующие для всех предприятий, не следует отражать в приказе по учетной политике. Иными словами, должен существовать еще комплекс документов, дополняющих данное положение или приказ, в которых описывается вся принципиальная постановочная часть учета. В противном случае нельзя говорить об учетной политике как инструменте управления организацией [3].

Согласно ПБУ 1/2008 вносить изменения в учетную политику можно в следующих случаях:

- при изменениях в законодательстве Российской Федерации или нормативных документах по бухгалтерскому учету;
- при разработке новых способов ведения бухгалтерского учета;
- при изменении условий деятельности организации [1].

Все изменения в учетной политики организации должны отражаться в пояснительной записке к бухгалтерской отчетности данной организации.

Таким образом, учетная политика является особенно значимым внутрифирменным документом, который представляется совокупностью нормативных документов предприятия, а также составляется и регулируется в соответствии с ПБУ 1/2008. Формирование учетной политики является важной и ответственной процедурой, которая влияет на подготовку и представление финансовой отчетности. Она незаменимый и необходимый инструмент регулирования бухгалтерского учета на конкретном предприятии, благодаря ей организации могут защищать свои действия в Арбитражных судах и перед проверяющими органами.

Использованные источники:

1. Приказ Министерства финансов РФ от 6.10.2008г. (ред. от 6.04.2015г.) №106н «Об утверждении Положений по бухгалтерскому учету» (ПБУ «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008).
2. Бабаев Ю.А. «Бухгалтерский учёт» Издательство: «Букс» // 2013 г.
3. Крутякова Т.Л. «Учётная политика: бухгалтерская и налоговая»/ Издательство: «АйСи Групп»// 2014 г.

Загней М.К.
студент 4 го курса
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье проанализированы результаты реализации продукции в сельскохозяйственной организации, рассмотрены перспективные направления сбыта продукции и экономически обосновано внедрение перерабатывающего цеха с целью повышения эффективности продаж молочной продукции.

Сбыт сельхозпродукции представляет собой экономическую активность в процессе реализации на пути продвижения её от производителя до потребителя [3, с. 313]. Одним из главных условий эффективного функционирования сельскохозяйственных предприятий является сокращение затрат труда на единицу продукции. Результаты финансовой и экономической деятельности сельхозпредприятий в основном определяются объемом, ассортиментом и качеством реализуемой продукции.

Эффективность работы сельскохозяйственных организаций во многом предполагает выбор эффективных каналов распределения, реализацию продукции на разных сегментах рынка. Сельхозпредприятие ориентировано на крупные оптовые поставки, основными покупателями являются перерабатывающие предприятия. Товаропроизводители, как правило, имеют несколько каналов реализации для каждого вида продукции. Реализованная продукция формирует валовой доход сельскохозяйственных предприятий, поэтому необходимо выбрать наиболее эффективные каналы реализации.

Управление каналами реализации и оптимизация их структуры является важным этапом сбытовой политики сельхозпредприятий, так как это позволит получить максимум прибыли.

Управление каналами реализации начинается с товаропроизводителя, если посредник играет главную роль, то он решает проблемы и находит возможности связанные со сбытом продукции [1, с. 85].

Участники канала реализации проводят маркетинговые исследования, так как для успешной реализации сельхозпродукции необходимо знать о потребностях и предпочтениях покупателей. Стимулирование сбыта может осуществляться с помощью рекламы. Участники каналов реализации взаимодействуют на договорной основе [2,с.47].

Исследуемое нами предприятие – СПК «Сеньково» Глазуновского района, Орловской области. Основными видами деятельности является производство продукции растениеводства и животноводства. Продукция СПК «Сеньково»:молоко, крупный рогатый скот, мясо крупного рогатого скота, зерновые культуры, зернобобовые культуры.

СПК «Сеньково» имеет широкую возможность заключать договоры реализации своей продукции, основным из них является договор поставки.

Жители крупных городов являются основными потребителями сельскохозяйственной продукции. Размещение СПК «Сеньково»в близи города и районного центра позволяет организовать прямой сбыт основных видов продукции вследствие чего снизить затраты по её реализации. Важно учитывать спрос покупателей продукции.

Основным показателем эффективности сельхозпроизводства выступает прибыль от реализации продукции. В СПК «Сеньково» за 2012г. в целом по предприятию прибыль составила 20912 тыс.руб.

В СПК «Сеньково» отсутствует отдел маркетинга. Исследования, которые поводятся на предприятие, не скоординированы и поэтому не дают полной информации о рынке, запросах потребителей. Для повышения экономических результатов реализации продукции в СПК «Сеньково» необходимо создать отдел сбыта, в который должны входить квалифицированные специалисты в области маркетинга.

В целях повышения экономических результатов реализации необходимо выявить имеющиеся резервы. В 2012г. фактическая численность дойного стада составила 501 корову. В тоже время СПК «Сеньково» может содержать 614 животных. Продуктивность 1 коровы 41,39 ц в год, если увеличить поголовье на 113 единиц, это позволит получить дополнительно 4409 ц молока в год.

Основными покупателями на рынке сельскохозяйственного сырья являются перерабатывающие предприятия (молокозаводы), которые диктуют товаропроизводителям свои условия закупки продукции, закупочные цены устанавливаются молокозаводами, также требуют высокого качества сырья. Поэтому для получения максимальной прибыли от реализации необходимо создать цех по переработке молока. В его ассортименте будет выпуск масла, творога, кефира, сметаны и пакетированного молока жирностью 3,2% и 2,5%.

Мощность перерабатывающего цеха должна быть 19200 ц в год или в месяц 1600 ц, из них 300ц – масло, молоко пакетированное жирностью 3,2% и 2,5% - 600 ц, сметана – 200 ц, творог – 200 ц, кефир – 300ц, что повысит уровень рентабельности реализации продукции молока.

Важно отметить, что реализация всех видов молочной продукции принесет СПК «Сеньково» дополнительную прибыль. При реализации 20734 ц молока в год оно имело прибыль 26379 тыс.руб., цена реализации 1 ц молока составляет 1272,3 руб. При переработке в собственном цехе 19200 ц молока в год получим дополнительную продукцию по следующим ценам реализации: масло - 90 руб. за 1 кг, творог - 80 руб. за 1 кг, молоко пакетированное - 20 руб. за 1 кг, сметана - 90 руб. за 1 кг, кефир - 25 руб. за 1 кг. При этом себестоимость продукции составит: масла - 85 руб. за 1 кг, творога - 75 руб. за 1 кг, молока пакетированного - 15 руб. за 1 кг, сметаны - 85 руб. за 1 кг, кефир - 20 руб. за 1кг. Выручка при производстве продукции

в перерабатывающем цехе может составить в год 42120 тыс.руб., при этом себестоимость - 35640 тыс.руб., прибыль цеха - 6480 тыс. руб. рентабельность цеха молочной продукции составит 18%. Результат всех финансовых мероприятий представлен в таблице.

Таблица – Эффективность реализации продукции в СПК «Сеньково»

	Факт	Проект	Отклонение,+/-
Выручка, тыс. руб.	26379	49685	23306
Затраты, тыс.руб.	23429	42355	18926
Прибыль, тыс.руб.	2950	7330	4380
Рентабельность продукции,%	13	17	4
Рентабельность продаж,%	11	15	4

Основным потребителем этой продукции будут являться магазины г.Орла. Желательно СПК «Сеньково» с открытием цеха по переработке иметь собственную торговую марку, например, «молоко Сеньково», а также требуется обратить внимание на качество упаковки. Для продвижения продукции можно воспользоваться рекламой, наиболее эффективной в настоящее время считается интернет-реклама, также возможно размещение баннерной рекламы по г. Орлу. Одной из самых популярных считается реклама в газетах и по ТВ, так как население имеет большое доверие к источнику информации.

Таким образом, на основе вышесказанного предлагается СПК «Сеньково» создать собственный перерабатывающий цех, создать специальные маркетинговые службы по продвижению товара, расширять ассортимент выпускаемой продукции, повышать ее качество. Все это позволит повысить эффективность результатов реализации продукции.

Использованные источники:

1. Азимова, Н. Совершенствовать систему сбыта сельхозпродукции / Н. Азимова // АПК: Экономика, Управление. – 2011. - № 12. – С.85-89.
2. Федорова, Н. Совершенствование системы сбыта в сельскохозяйственном потребительском кооперативе / Н. Федорова, Н. Азимова // Экономика сельского хозяйства России. – 2013. - №10. – С. 46-51.
3. Коваленко, Н.Я. Экономика сельского хозяйства / Н. Я. Коваленко. – Учебное пособие: Изд-во Юркнига,2004. – 364 с.

Загней М.К.
студент 4 го курса
кафедра Бухгалтерский учет и аудит
ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет»
Россия, г. Орел

ТРУДОУСТРОЙСТВО МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Проблемы выбора профессии, трудоустройства, карьерного роста, конкурентоспособности на рынке труда являются одними из важных для каждого молодого человека. Молодежь начинает задумываться об этом ещё в школе, выбирая на какую специальность идти обучаться, а после получения образования перед ней этот вопрос встает в полном объеме.

Сложившаяся ситуация в сфере труда и занятости в современной России ставит молодежь в очень сложные условия. По данным управления труда и занятости Орловской области за 2014 г. из всех обратившихся по поиску работы молодежь составила 18%. 20 % молодых людей, обратившихся за содействием в поиске подходящей работы, не могут устроиться по специальности, и вынуждены проходить переквалификацию. Остальные 82% устраиваются по специальности, но на мало оплачиваемую работу [5].

Трудности, возникающие у молодежи в процессе поиска работы, порождены целым рядом обстоятельств.

1. Недостаточный уровень образования. Многое молодые люди жизненный период получения образования часто рассматривают не как время получения знаний и профессиональных навыков, а как пору веселья и развлечений, вспоминая об учебе с началом экзаменационной сессии. На качестве получаемого образования также может сказываться основа обучения (бюджетная или коммерческая) и степень коррумпированности образовательного учреждения. Платная форма может "развратить" студента, так как лишает его стимулов к учебе (значительно снижаются шансы быть исключенным, отсутствие стипендии в любом случае независимо от экзаменационных оценок и т.д.). Взяточничество, в свою очередь, однозначно способствует формированию патологической культуры труда будущего специалиста, т.к. позволяет получать желаемое (в данном случае, хорошие оценки) без усилий. Поэтому ряд категорий выпускников, не получивших качественного образования, не могут выдержать конкуренции на рынке труда.

2. Отсутствие опыта работы и необходимых практических навыков. Для многих специальностей (медицинские работники, юристы, педагоги и т.д.) получение высокой квалификации сопряжено с длительной работой в одной области. Поэтому преимущество при отборе работников получают те, кто имеет определенный опыт в данной сфере и должности. Это затрудняет выход молодых специалистов на рынок труда, а также снижает их конкурентоспособность по сравнению с более опытными коллегами [2; с.53].

3. Завышенные требования к условиям труда и к размеру заработной

платы. Практически все работодатели отмечают завышенные требования не только к размеру ожидаемой заработной платы, но и к условиям труда, возможностям карьерного роста, на которые рассчитывают молодые специалисты. Подобные, часто неоправданные установки молодых людей могут только вызывать у работодателей только усмешку или желание поставить «выскочку на место».

4. Неспособность самостоятельно найти работу. При выпуске из вуза молодежь больше готова к концентрации усилий на работе, но меньше готова к поиску этой самой работы, плохо представляют себе алгоритм, методы поиска работы.

5. Неумение правильно подать себя на собеседовании и неуверенность в себе. Молодые люди часто не только не имеют опыта работы, но и не знают как себя вести на собеседовании. Неправильная речь, не умение говорить четко и по сути вопроса, неподобающий внешний вид и т.д. могут оттолкнуть работодателя.

6. Общее сокращение числа рабочих мест. Результаты социально-экономических реформ в современном российском обществе негативно сказались на социальных процессах. «Масштабное и «скоростное» разгосударствление собственности заведомо носило отнюдь не созидательный характер», – считает В.И. Жуков [4; с. 19]. В частности, приватизация привела к значительному сокращению объемов производства во всех отраслях хозяйства. Бывшие крупные государственные предприятия после того, как перешли в частный сектор, занимаются сдачей своих помещений в аренду, а не расширением производства. В результате на рынке труда наблюдается сокращение численности занятых в различных секторах экономики. А молодежь как одна из уязвимых социальных групп не может выдержать острой конкуренции и пополняет в список безработных.

В результате действия этих и подобных обстоятельств молодежь представляет собой достаточно уязвимую категорию граждан, которой необходима помощь в обеспечении возможностей успешного трудоустройства на рынке труда. Разумеется, решение этой задачи наталкивается на препятствия в социальной, экономической, правовой, политической сферах нашей жизни, поэтому соответствующие меры должны приниматься комплексно [1; с.72].

Для обеспечения трудоустройства молодежи необходимо осуществить систему мер, направленных на оказание услуг по профессиональной ориентации и адаптации молодежи к сложившимся условиям жизнедеятельности в современном российском обществе. По нашему мнению, в сфере содействия трудоустройству молодежи в первую очередь следует осуществлять следующие направления деятельности.

1. Обучение студентов процессу трудоустройства, стимулирование их активности. Как правило, молодые люди, получив образование, не имеют знаний и практического опыта о том, где и как им искать работу, как вести себя с работодателем, чтобы получить работу, как продвигать себя на рынке

труда. В определенной мере эту проблему можно решить при помощи введения специальных обучающих курсов и дисциплин по выбору в учебных заведениях. Например, С.В. Чернов разработал подобный курс для учащихся средних специальных образовательных учреждений [6].

2. Проведение ярмарок вакансий с целью информирования о возможности трудоустройства. Подобные ярмарки дают возможность молодым людям найти подходящую работу путем непосредственного общения с работодателями, а работодателям – подобрать необходимые кадры.

3. Содействие и поощрение молодежи в сфере организации предпринимательской деятельности. Обучение в вузах студентов эффективным стратегиям по организации собственного дела и создание со стороны государства благоприятных условий (в виде дотаций и налоговых льгот) будет способствовать решению проблемы трудоустройства молодого поколения.

4. Системы стимулирования работодателя. Необходимо осуществление мер, направленных на стимулирование роста спроса работодателя на молодых рабочих (налоговые льготы, компенсации затрат на переобучение работника). Например, в Архангельской области для стимулирования работодателей при приеме на работу молодых людей предусмотрена 100%, а не частичная компенсация за первый год работы молодого специалиста. Размер ее равен сумме налога на доходы физических лиц, уплаченным работодателем в течение срока действия трудового договора с молодым человеком в пределах одного года [3].

Использованные источники:

1. Лавриков, А.С. Молодежь на рынке труда Сахалинской области: проблемы трудоустройства // Среднее профессиональное образование, 2010. - №3 – с.72 – 73.
2. Мотрич Е.Л., ЛИ Е.Л., Скрипник Е.О. Студенчество Хабаровского края: социально-профессиональные и миграционные ориентиры и мотивация поведения // Социологические исследования, 2008. - №5 – с. 47 – 57.
3. Подробней: Стимулирования работодателей в Архангельской области [Электронный ресурс]: http://careercentr.sfedu.ru/abiturientam/479-stimulirovaniya-rabotodatelei-v-arhangelskoi-oblasti.html
4. Собственность в системе социально-экономических отношений: Теоретико-методологические и институциональные аспекты / Под ред. В.И. Жукова. – М.: Российский государственный социальный университет, 2005. – 408с.
5. Составлено по данным Управления труда и занятости Орловской области [Электронный ресурс]: http://orel.regiontrud.ru/home/info/stat.aspx
6. Чернов, С.В. Учебный курс «Молодой специалист на рынке труда» // Среднее профессиональное образование, 2011. - №6 – с.25 – 26.

Загоруйко Т.А.
студент 2 курса
Бугаян С.А.
преподаватель
Ласкова Т.С., к.э.н.
доцент
кафедра теории и технологий в менеджменте
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПРИМЕНЕНИЕ СИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА КАК ИНСТРУМЕНТА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Статья определяет понятие сити-менеджмента и раскрывает особенности данного вида управления. Особое внимание уделено специфике формирования управления сити-менеджера, а так восприятие данного вида управления обществом.

Article defines concept of city management and opens features of this type of management. The special attention is paid to specifics of formation of management of city manager, and so perception of this type of management of society.

Ключевые слова: сити-менеджмент, местное самоуправление, государственное регулирование, преимущества и недостатки сити-менеджмента.

В настоящее время в Российской Федерации складывается корпорация профессиональных муниципальных управляющих — сити-менеджеров. По данным Минрегиона России, на начало 2015 года почти в 40% муниципалитетов управление осуществляется с использованием «модели сити-менеджера» (глава муниципалитета возглавляет представительный орган, а глава местной администрации нанимается по контракту). Данная модель действует в 42% городских округов (наиболее крупных муниципалитетах), в том числе в 44 городах — административных центрах столиц субъектов РФ.

В сентябре 2011 года в большинстве региональных городских представительных органах власти прошло рассмотрение вопроса об отмене прямых выборов мэров этих городов и переходе к иной форме управления, в которой главную скрипку при принятии решений будет играть так называемый “сити-менеджер”, то есть наемный управленец. Подобная замена выборов на фактическое назначение сейчас нормальное явление по всей стране. Сторонники новой формы управления мотивируют это необходимостью отсутствия политики в процессе управления городом. [1]

Среди основных доводов сторонников “сити-менеджмента” доминируют два варианта: во-первых, в ряде регионов наемные управленцы работают годами, просто этого никто не замечает. Во-вторых, менять форму управления городом позволяет 131 закон, где четко

прописаны варианты осуществления этого управления. Однако нельзя не заметить, что замена избранных руководителей городов на нанятых “менеджеров” отчего-то стала массовой. И если в маленьких, удаленных от центра, но стратегически значимых для губернаторов городах эта смена идет более или менее незаметно, то реформирование власти в мегаполисах неизменно вызывает скандал. [3]

Самое интересное то, что в ряде регионов России процесс перехода на схему управления городом “сити-менеджером” произошел по сути в обязательном порядке.

В арсенале противников перехода к “сити-менеджменту” остаются суды, митинги и референдум. Так, крупных городах уже проходили акции протеста – жители Нижневартовска, Урая выходили на улицы и открыто высказали свое “нет” отмене выборов. В Сургуте голосовать за отмену прямых выборов мэра отказались сами депутаты. А ситуацию, которая сложилась на Алтае в 2011 году сразу назвали “политическим кризисом”: на фоне попыток ввести должность “сити-менеджера”, к примеру, в городе Бийске, и массовых акций протеста против этого решения, губернатор Александр Карлин принял единоличное решение снять с поста избранного мэра Барнаула Владимира Колганова.

Подобных “горячих точек” на карте России до сих пор множество. Следует сделать вывод, что по мере возрастания желания губернаторов назначать мэров, а не предоставлять это право народу, их число будет только увеличиваться. Ведь сигнал “сверху” о необходимости перехода к фактической отмене прямых выборов мэров воспринят губернаторами повсеместно и “на ура”. В большинстве городов желание “уловить тенденцию” оказалось сильнее логики. В результате руководство города уже подготавливала проект поправок об отмене прямых выборов. А города уже начали сотрясать дискуссии по поводу того, что у людей ни с того ни с сего отбирают конституционное право избирать. Действительно, очень странно, когда мэр, инициируя реформу, фактически признает, что способ, которым он получил власть, неэффективен.

Итак, самыми популярными доводами сторонников введения института “сити-менеджмента” является отсутствие в процессе управления городом политических мотивов. Кроме того, по мнению апологетов назначения мэров, избирателя в ходе предвыборной кампании можно “увести” не в ту сторону, задобрив обещаниями. А протесты были связаны по большей мере с тем, что недостаточно хорошо обществу объяснили то, что будет в будущем. Если речь идет об избрании главы города депутатами местного представительного органа, и одновременном назначении “сити-менеджера”, то люди этих депутатов сами же и будут избирать. Кроме того, процедура очень длинная. И если ее провести в соответствии с законом, то никаких проблем с легитимностью этого решения быть не должно.

Но у противников этой новации доводов, надо заметить, все же гораздо больше. Во-первых, процедуру слушаний в том виде, в котором она

проводилась, к примеру, в Челябинске, никак нельзя назвать легитимной. Во-вторых, в интервью многие экс-главы комиссии по местному самоуправлению Общественной палаты заявляют, что право избирать у народа все-таки отнимают.

Среди городских управленцев сегодня есть действительно талантливые люди с энергичной манерой управления. Они занимаются развитием города вопреки всем проблемам и сложным обстоятельствам.

Конечно, нужны врожденные способности и чутье, но нужна и команда. Одному человеку не под силу изменить экономику территории. Сформировать команду тоже непросто: нужно уметь подобрать людей, которые будут способны, реализуя отраслевые задачи, работать в команде ради развития территории как единого целого. [6]Формирование необходимой для целей развития территории команды — это серьезнейшая задача в организации управления городом.

Применительно к городской инфраструктуре словосочетание «частный бизнес» является, как мы уже упоминали, условным. В ЖКХ, в транспорте, в дорожном строительстве, в энергосетях и других подобных сферах муниципалитеты, как правило, стремятся сохранить как организационные и правовые, так и неформальные рычаги воздействия. Неформальное регулирование и неформальная регламентация в городском хозяйстве все равно есть, как бы мы к этим явлениям ни относились. И порой неформальный канал — самый быстрый и эффективный путь достижения результата. [7]

Ведь город — это многоуровневая система взаимоотношений нескольких обширных групп субъектов экономической деятельности. Там есть рыночные группы (производство и обслуживание) и социальные группы (жизнеобеспечение, куда входит и «коммуналка», и комплекс развития личности). Существенным образом влияют на состояние городской экономики структуры гражданского общества, органы публичной власти, а также отдельные домохозяйства, которые могут быть объединены в ТСЖ или ТОСы, а могут и не объединяться. Все эти субъекты при правильном подходе к управлению могут стать ресурсами экономики данной территории, имеющей собственные географические, климатические, экологические характеристики. [2]

Подводя итог, можно сказать, что миссия сити-менеджера состоит в том, чтобы видеть все необходимые ресурсы, понимать их взаимодействие, содействовать путем принятия грамотных решений их развитию в рамках единой стратегии.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года. “Российская газета” от 25. 12. 1993 № 197.
2. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации. Федеральный закон. Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 35, ст. 3506.

3. Об обеспечении конституционных прав граждан избирать и быть избранными в органы местного самоуправления. Федеральный закон. Собрание законодательства Российской Федерации. 2008. № 49, ст. 5497.
4. Об утверждении основных положений о выборах в органы местного самоуправления. Указ Президента Российской Федерации от 29 октября 1993 года № 1797. Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации. 2010. № 44, ст. 4197.
5. О поэтапном формировании муниципальных органов охраны общественного порядка. Указ Президента Российской Федерации от 3 июня 2011 года № 802. Собрание законодательства Российской Федерации. 2011. № 23, ст. 2755.
6. Основы нормативно-правового регулирования местного самоуправления. Под общей редакцией Воронина А. Г. М., 2013.
7. Широков А. Н. Федеральное законодательство России о местном самоуправлении. С-Пб., 2012.
8. Широков А. Н., Юркова С. Н. Реформа местной власти в России. С-Пб., 2013.

Зарянова Я.В.
ассистент
кафедра Управления Персоналом
Долженко Е.Ю.
студент 3 курса. гр. 05001321
кафедра Менеджмента Организации
Институт Управления
НИУ «БелГУ»
Россия, г. Белгород

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ЗАЛОГ ПРОЦВЕТАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Залог успеха любой организации, во все времена, складывался из деятельности ее сотрудников, их профессиональной компетенции и вовлеченности в работу. Качество деятельности сотрудников организации, в свою очередь, зависит от того, насколько грамотно и правильно выполняет свои обязанности менеджер по управлению персоналом [1]. От благоприятной атмосферы в коллективе, поощрения качественного и результативного труда, от квалификации, принятых сотрудников и грамотного распределения обязанностей будет зависеть дальнейшее процветание организации.

Для большинства людей доминирующим мотивом трудовой деятельности является удовлетворение базовых потребностей. По мнению И.П. Пономарева, все, что делают люди, имеет только одну движущую силу - стремление к удовлетворению потребностей [2].

Первоначальными потребностями включения человека в трудовую деятельность являются заработная плата, стабильное рабочее место,

нормальные условия труда. В дальнейшем к ним прибавляются потребности более высокого уровня (по А. Маслоу).

Однако наличие самой потребности (их группы) еще не является непосредственным побуждением к конкретной деятельности, необходимы еще и стимулы, опредмечивающие потребность. Например:

- заработная плата, конкретная ее величина, ее соответствие затратам труда, возможность роста заработной платы;
- стабильное рабочее место, возможность продвижения по службе;
- нормальные условия труда, их комфортный уровень, рост производительности труда.

В процессе трудовой деятельности устанавливается соответствие или несоответствие стимула и потребности в результате совпадения или несовпадения ожидания с действительностью. В положительном случае у работника формируется устойчивый интерес к достижению конкретного результата, т.е. его деятельность направлена и активизирована. Тем самым работник мотивирует, т.е. формирует образ действий по достижению желаемого результата, сам себя. Происходит внутреннее побуждение к трудовой активности.

Стимулирование же является средством достижения необходимых результатов и представляет собой комплекс мер, направленных на удовлетворение потребностей работника, по большей части материальных: заработная плата, премии, надбавки, бонусы, оплачиваемый отдых и др.

Следовательно, мотив - это некий импульс, побуждающий к действию ради достижения цели и не противоречащей внутренним установкам человека, а стимул - это рычаг воздействия, вызывающий действие определенных мотивов. Значит, мотивация - процесс внутренних побуждений, а стимулирование - процесс побуждений извне.

Разработка системы мотивации должна учитывать не совпадающие цели и потребности различных сотрудников, цели организации, стратегию развития, имеющиеся ресурсы, кадровую политику руководства и еще множество различных аспектов. Каждая организация уникальна, и разработка системы мотивации, прежде всего, предполагает выявление и анализ ожиданий компании от работников, анализ кадрового потенциала и должностных требований, выявление демотивирующих факторов.

Для достижения определенных результатов организации и вывода её на более высокий уровень, менеджеру необходимо мотивировать своих подчиненных на упорную и качественную работу, что зачастую является сложным для выполнения. Одним из наиболее распространенных качеств современных сотрудников является лень и безынициативность. Мотивировать таких сотрудников очень сложно. И все же, квалифицированного менеджера данная задача не должна ставить в тупик. Прежде всего, необходимо выяснить, почему человек работает без отдачи. Эти данные позволят опытному менеджеру выявить факторы, снижающие желание сотрудников работать и проблемы, требующие безотлагательного

разрешения, а также обнаружить неиспользуемые ресурсы организации. Возможно, что у сотрудника организации проблемы в семье, финансовое неблагополучие или проблемы со здоровьем, что является отвлекающим фактором и способствует снижению внимания, появлению рассеянности, а отсюда и низкой деловой активности.

После выявления причин, по которым сотрудник стал хуже работать, следует принять решение как действовать: «кнутом или пряником». Можно пригласить данного сотрудника побеседовать и дать ему понять, что за невыполнение или не грамотное выполнение своих обязанностей могут последовать штрафные санкции, выговор и, в крайнем случае, увольнение. Или, если данный сотрудник является ценным кадром в организации, предложить ему переход на должность, которая будет более интересна, или предоставить ему отпуск, если причины его рассеяности кроются в личных проблемах или душевном и физическом истощении.

Наибольший простор воображению руководителя предоставляется при выборе нематериальных «вознаграждений - признательностей».

Они могут выражаться:

- в письменной форме (открытки, объявления благодарности на корпоративной информационной доске, сертификаты в рамках);
- в проявлении дружеского внимания со стороны руководства;
- в поощрении профессионального роста сотрудников (направление на конференции, разработка программ их профессионального развития);
- в расширении полномочий (распределение в разумных пределах работы по желанию, самоуправление, представление сотрудников своего отдела на совещаниях разного уровня).

В качестве примера нетрадиционного подхода к выражению признательности можно привести компанию Walt Disney Company, посвящающую своим наиболее ценным сотрудникам окна в кафе Диснейленда. С этой же целью авиакомпания Southwest Airlines выпустила специальный самолет с именами своих лучших служащих. Успех обеих компаний и низкая текучесть кадров в них общеизвестны [3].

Немаловажную роль в системе мотивации играет создание для каждого сотрудника индивидуальных, необходимых для выполнения его трудовой функции, условий труда: увеличение площади кабинета, покупку нового технического оснащения, предоставление секретаря и служебного автомобиля - всё это является мотивирующим фактором. Престижность работы и успешность брэнда, карьерный рост, профессиональный интерес, возможность профессионального развития являются немаловажной составляющей нематериальной мотивации сотрудников. И если для материального стимулирования достаточно учитывать лишь вклад каждого в работу компании, то нематериальное стимулирование будет успешным только при учете индивидуальных потребностей сотрудников. Именно поэтому разработка и внедрение схем нематериального стимулирования - наиболее сложная часть работы кадровых отделов компаний или менеджера

по управлению персоналом [4].

Анализируя мотивацию и стимулирование на деле, можно сказать, что при правильном их использовании легче достичь необходимых результатов, направить в правильное русло деятельность и улучшить общее положение организации или любого другого субъекта.

Необходимо признать, что мотивирование персонала - это в определенном роде искусство, использовать которое может только человек с развитым чувством меры, гармонии, ориентированный на личность.

Бессмысленно искать выход из ситуации, приглядываясь к системе мотивации и стимулирования у конкурентов и пытаясь применить ее у себя. Многие компании, как правило, держат информацию о структуре заработной платы в секрете, справедливо считая это своим «ноу-хау» и опасаясь копирования со стороны конкурентов. Это, безусловно, их право, но стоит заметить, что систему мотивации и стимулирования не скопируешь, тем более, если заработная плата не привязана к ключевым стандартам и показателям деятельности и ничего кроме распределения финансов под собой не имеет.

Таким образом, система мотивации - это сугубо индивидуальный для любой организации инструмент управления, который предстоит выработать и правильно внедрить. Ведь залог успешной деятельности организации - желание ее сотрудников добиться результатов. Грамотное использование мотивации и стимулирования принесет работникам удовлетворение своими результатами и их справедливой оценкой, а руководителю - процветание компании и стабильный высоких доход.

Использованные источники:

1. Рассадин В.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала // Труд и социальные отношения. 2008. №3. С.53-59
2. И.П.Понамарев «Мотивация работой в организации» М.: «УРСС-Едиторал», 2013 г.
3. [Электронный ресурс]/ - Режим доступа: http://www.consulting-abv.ru/
4. Мотивация персонала на предприятии. [Электронный ресурс]/ - Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru

Зарянова Я.В.
ассистент
кафедра Управления Персоналом
Долженко Е.Ю.
студент 3 курса. гр. 05001321
кафедра Менеджмента Организации
Институт Управления
Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, г. Белгород

УПРАВЛЕНИЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА КАК ЗАДАЧА СИСТЕМЫ ГРЕЙДОВ

Аннотация: *В статье анализируется значимость применения в организациях управления вознаграждением через систему грейдов и ее влияние на работоспособность персонала.*

Ключевые слова: *грейдирование, персонал, вознаграждение, мотивация, человеческие ресурсы, управление персоналом.*

MANAGEMENT REMUNERATION OF PERSONNEL AS THE TASK GRADE SYSTEM

Abstract: *The article analyzes the significance of the use in organizations management reward through the grading system and its impact on the efficiency of the staff.*

Keywords: *grading, personnel, remuneration, motivation, human resources, human resource management.*

Обобщающим показателем развития общественного производства, основой любой организации и её главным богатством являются человеческие ресурсы (совокупность различных качеств людей, определяющих их трудоспособность к производству материальных и духовных благ) [1]. Было время, когда считали, что робот, автомат или машина заменят труд человека в большинстве организаций и окончательно утвердят превосходство техники над работником. Однако, хотя машина и стала полновластным хозяином во многих технологических и управленческих процессах и потеснила человека в отдельных подразделениях организаций, роль и значение человека в них не только не изменились, но и вышли на новый, более высокий уровень. При этом человек стал самым ценным и самым дорогостоящим «ресурсом».

В настоящее время главной задачей управления любой организацией является создание системы надежного достижения поставленных владельцами и руководителями стратегических целей. Именно эффективное управление деятельностью руководителей и персонала организации определяет успех бизнеса. Исходя из этого, на первый план в управлении персоналом выходит проблема мотивации человеческих ресурсов, одним из важнейших рычагов которой является материальное и не материальное

стимулирование сотрудников. Мотивация труда является важнейшим фактором результативности работы любой организации.

Вопросы вознаграждения персонала за труд давно и широко изучены, но проблема оценки должностей является отстающим звеном в управлении многих современных организаций. Очень трудно найти такой универсальный метод оплаты труда, который учитывал бы интересы как работодателя, так и сотрудников. Любая организация, компания или холдинг старается платить с учетом своих целей, но ровно столько, чтобы и работник был достаточно стимулирован, и работодатель получил как можно большую выгоду.

Американский ученый Эдвард Хей создал методику «Грейдирования персонала»[2]. Часто в шутку ее называют «зарплатомер по Хею». Эта методика прошла испытание временем, поэтому спрос на неё в последнее время всё больше и больше возрастает. Именно система грейдов позволяет соединить оплату труда и логику бизнеса, а также развязать узел проблем, связанных с мотивацией персонала.

Грейды - это иерархия должностей компании, на основе которой устанавливаются должностные оклады, переменная часть вознаграждения и социальные льготы [3].

Но не следует путать грейды и компетенции, так как грейды - это инструмент категоризации работников организации, а компетенции - показатели оценки работников. В идеале в процессе стимулирования работников их адекватная категоризация должна быть подкреплена эффективной системой оценки компетенций.

Система грейдов - система начисления должностных окладов на основе бально-факторного метода и матрично-математических моделей.

Система грейдов помогает решить многие проблемы, связанные с персоналом и имеет свои определенные преимущества:

- она позволяет определить ценность каждой должности и выстроить иерархию;
- повышает эффективность фонда оплаты труда на 20%, помогает управлять им и делает систему начисления заработной платы более гибкой;
- создает систему карьерного роста, обучения и дальнейшего развития персонала;
- формирует эффективную систему мотивации персонала и позволяет отрегулировать дисбаланс зарплаты на предприятии[4].

Когда правила начисления заработной платы становятся понятными, то ленивые и бесполезные сотрудники, которые привыкли только выбивать надбавки, сразу отпадают и становятся на нижнюю ступень в ранжировании должностей. Тем временем те, кто добросовестно и качественно выполняет свою работу, или же работает с особым интересом и энтузиазмом, а возможно и привносит в организацию какие-то новшества и разработки, автоматически повышают свой базовый оклад и получают вознаграждения за свой труд, как материальные, в виде премий, подарочных сертификатов,

бесплатных поездок, подарков, дополнительное обучение за счет работодателя, предоставление служебного автомобиля; так и не материальные - предоставление больших полномочий, гибкий рабочий график, награждение грамотами и похвальными листами, помещение их фотографий на стендах в организации, присвоение звания «лучший работник месяца» и другое;

- дает возможность определить базовый оклад нового сотрудника организации;
- позволяет соотносить среднюю заработную плату любой должности своей компании со среднерыночными;
- гарантирует карьерный рост лучших сотрудников;
- облегчает процесс изменения и корректировки зарплат персонала;
- оптимизирует расстановку трудовых ресурсов.

В настоящее время, система грейдирования персонала становится все более востребованной среди крупных организаций. В условиях жесткой конкуренции на рынке труда современные руководители стали лучше понимать значимость персонала и больше внимания уделяют вопросам его материальной и нематериальной мотивации. Компании, чья система вознаграждения персонала построена на основе грейдов, являются более привлекательными для квалифицированных и трудолюбивых специалистов. За счет прозрачной и эффективной системы вознаграждения работников эти организации получают определенные конкурентные преимущества.

В условиях глобализации меняется экономика, а с ней характер труда и его стимулирование. На первый план выходит высшая ступень мотивации работников - через самореализацию и самосовершенствование. А это значит, что лучшие человеческие ресурсы в полной мере реализуются только там, где персонал испытывает постоянную мотивацию и получает должное вознаграждение за свой труд. Именно система грейдов реализует это целиком и полностью. Она позволяет заинтересовать работников на достижение высоких конечных результатов деятельности всей организации и обеспечивает её процветание. Поэтому расширение сферы использования данного инструментария в крупных организациях является целесообразным и необходимым.

Использованные источники:

1. Человеческие ресурсы как понятие// Управление персоналом. [электронный ресурс]. Режим доступа: http://upravlencam.ru/page106/page153/index.html
2. Марк А. Хьюзлид, Дэйв Ульрих, Брайан И. Беккер. Измерение результативности работы HR-департамента. Люди, стратегия и производительность = The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance. М.: «Вильямс», 2007.
3. Услуги. Мотивация персонала. Разработка системы грейдов [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ft-group.ru
4. Разработка положения об оплате труда работников на основе системы

грейдов (Мартынова Ю.)) // Журнал «Кадровик. Кадровое делопроизводство» №2, 2010.

Захарова Ю. Н., к.э.н.
доцент
Панкратова Е. В.
студент 3го курса
ФГБОУ ВПО КубГАУ
Россия, г. Краснодар

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Сельскохозяйственная отрасль, как и любая отрасль народного хозяйства не может существовать без оборотных средств, которые являются важной частью имущества предприятия. В связи с этим особое значение приобретает исследование проблем, связанных с повышением эффективности использования оборотного капитала предприятий (особенно в условиях кризиса), так как движение стоимости ресурсов и их кругооборот становятся возможны только благодаря обслуживанию этих процессов оборотными средствами.

Каждая организация, начиная свою производственно-хозяйственную деятельность, должно располагать определённой денежной суммой. На эти денежные ресурсы предприятие закупает на рынке или у других предприятий по договорам сырьё, материалы, топливо, оплачивает счета за электроэнергию, выплачивает своим работникам заработную плату, несёт расходы по освоению новой продукции, всё это представляет собой один из важнейших параметров хозяйствования, который получил название «оборотные средства предприятия». В условиях кризиса оборотные средства приобретают особо важное значение. Ведь они представляют собой часть производительного капитала, которая полностью переносит свою стоимость на вновь созданный продукт и возвращается организации в денежной форме в конце каждого кругооборота капитала. Таким образом, оборотные средства являются важным критерием в определении прибыли любой сельскохозяйственной организации.

Важно также уметь рационально управлять оборотными средствами, разрабатывать и внедрять мероприятия, способствующие снижению материалоемкости продукции и ускорению оборачиваемости оборотных средств. В результате ускорения оборачиваемости оборотных средств происходит их высвобождение, что дает целый ряд положительных эффектов.

Оборотные средства составляют значительную часть ресурсов сельскохозяйственной организаций, поэтому важная роль отводится улучшению их использования. А в условиях кризиса эта проблема стоит наиболее остро, так как во время кризиса у организаций первым появляется

дефицит именно оборотных средств. А одним из условий непрерывности деятельности предприятия является постоянное возобновление материальной основы.

Для исследования повышения эффективности использования оборотных средств была выбрана фирма ЗАО «Агрокомплекс» им Н.И. Ткачева Выселковского района Краснодарского края. А также была использована годовая бухгалтерская отчетность данной организации за 2012 – 2014 гг.

ЗАО фирма «Агрокомплекс» создана в 1993 г. в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным Законом «Об акционерных обществах». Место нахождения общества определяется местом его государственной регистрации: Россия, 353100, Краснодарский край, Выселковский район, ст. Выселки, ул. Степная 1.

ЗАО фирма «Агрокомплекс» вправе осуществлять следующие виды деятельности: производство, переработка и сбыт продукции растениеводства; производство, переработка и сбыт продукции животноводства и т.д.

Производственные мощности предприятия разбросаны по всему Краснодарскому краю. Так как производство ЗАО «Агрокомплекс» покрывает почти все границы Краснодарского края, то можно сказать, что климатические условия на большей части территории умеренно-континентальные, что способствует ведению сельскохозяйственной деятельности.

Оборотные средства составляют значительную часть ресурсов организаций, поэтому важная роль отводится улучшению их использования. Одним из условий непрерывности деятельности предприятия является постоянное возобновление материальной основы.

Наличие оборотных средств, имеющихся в распоряжении ЗАО «Агрокомплекса» представлено в таблице 1.

Таблица 1 - Наличие оборотных средств в ЗАО «Агрокомплекс» тыс. руб. (на конец года)

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение в 2014 г. по сравнению с 2012 г.
Сырье, материалы	2096119	2404126	2012839,6	-83279,4
Животные на выращивании и откорме	1143500	1338817	1023339,2	-120160,8
Затраты в незавершенном производстве	859977	1032379	833423,6	-26553,4
Готовая продукция	797114	949828	562774,4	-234339,6
Расходы будущих периодов	20174	16509	17018,8	-3155,2
Итого запасы	4916884	5741654	4449395,6	-467488,4
Итого оборотный капитал	7040522	9447743	8507288	1466766

Внеоборотные активы	11081449	14219702	11999909	918460
Всего активы предприятия	18121971	23667446	20507197	2385226

Из данных таблицы 1 видно, что наличие в ЗАО «Агрокомплекс» объёмов сырья и материалов уменьшилось в 2014 г., по отношению к 2012 г. на 83279,4 тыс. руб. Также снижение показателей наблюдается и в стоимости животных на выращивании и откорме на 120160,8 тыс. руб. по отношению отчетного года к базисному и составляет 1023339,2 тыс. руб.

Затраты в незавершённом производстве, также снижаются, в 2014 г. и составляют 833423,6 тыс. руб. – это меньше на 26553,4 тыс. руб., по сравнению с 2012 г. Уменьшился и объём готовой продукции - в 2014 г. этот показатель составил 562774,4 тыс. руб., что на 234339,6 тыс. руб. меньше, чем в 2012 г. Отметим, что сократились расходы будущих периодов в отчетном году по сравнению с базисным годом на 3155,2 тыс. руб. Итого запасы сократились в 2014 г. и составили – 4449395,6 тыс. руб., в сравнении с 2012 г. они меньше на 467488,4 тыс. руб.

Оборачиваемость оборотных средств предприятия определяет систематическое превращение предметов труда в готовую продукцию, реализацию последней и приобретение новых запасов, необходимых для продолжения процесса производства. Чем быстрее оборачиваются оборотные средства, тем меньше их требуется в запасе для обеспечения того же объема выпуска.

Результатом ускорения оборачиваемости материальных оборотных средств является относительное высвобождение материальных ресурсов из запаса. И наоборот, вследствие замедления оборачиваемости происходит относительное оседание (закрепление) ресурсов.

Подробнее рассмотрим оборачиваемость оборотных средств и запасов ЗАО «Агрокомплекс» в таблице 2.

Так, выручка от реализации продукции (работ, услуг) в 2014 г. составила 10615298 тыс. руб., что на 1633381 тыс. руб. больше, чем в 2012 г. Это увеличение произошло из-за роста цен на продукцию и увеличение объемов реализации.

Таблица 2 – Оборачиваемость оборотных средств и запасов в ЗАО «Агрокомплекс»

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Отклонение (+,-) 2014 г. от	
				2012 г.	2013г.
Выручка от реализации продукции (работ, услуг), тыс. руб.	8981917	11529857	10615298	1633381	-914559
Среднегодовая сумма оборотных средств, тыс. руб.	5944099	8147982	7402892	1458793	-745090
Коэффициент оборачиваемости	1,511	1,415	1,434	-0,077	0,019

оборотных средств					
Продолжительность оборота оборотных средств, дней	242	258	255	13	-3
Коэффициент закрепления оборотных средств	0,662	0,707	0,697	0,036	-0,009
Среднегодовой остаток запасов, тыс. руб.	4171909,5	5331503,5	4138584	-33325,5	-1192919,5
Коэффициент оборачиваемости запасов	2,153	2,163	2,565	0,412	0,402
Продолжительность одного оборота запасов, дней	170	169	142	-27	-26
Коэффициент закрепления запасов	0,464	0,462	0,390	-0,075	-0,073
Потребность в оборотных средствах, тыс. руб.	X	7025046,2		X	X
Высвобождено (-) из оборота, привлечено (+) в оборот оборотных средств, тыс. руб.	X	377845,8		X	X
Потребность в запасах	X	4930580,3		X	X
Высвобождено (-) из оборота, привлечено (+) в оборот запасов, тыс. руб.	X	-791996,3		X	X

Среднегодовая сумма оборотных средств также увеличилась и в отчетном году составила 7402892 тыс. руб., а если сравнивать этот показатель с 2012 г., можно заметить, что он увеличился на 1458793 тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств в сравнении с 2012 г. уменьшается на 0,077 пункта. Этот коэффициент отражает скорость оборота всего капитала и его уменьшение означает замедление оборачиваемости всех средств организации.

Продолжительность оборота оборотных средств предприятия увеличилась с 242 дней в 2012 г. до 255 дней в 2014 г. Это также связано с замедлением оборачиваемости оборотных средств в сравнении с предыдущими периодами, что повлекло привлечение в оборот дополнительных средств в размере 377845,8 тыс. руб.

Коэффициент закрепления оборотных средств в отчетном по сравнению с базисным увеличился на 0,036 пункта и составил в 2014 г. 0,697. Чем меньше коэффициент закрепления оборотных средств, тем

эффективнее используются оборотные средства.

Среднегодовой остаток запасов в отчетном году составил 4138584 тыс. руб., что на 33325,5 тыс. руб. больше, чем в 2012 г.

Коэффициент оборачиваемости запасов за анализируемый период увеличился с 2,153 до 2,565. Ускорение оборачиваемости запасов на 27 дней привело к высвобождению запасов предприятия в размере 791996,3 тыс. руб. Если оборотные средства предприятия в целом стали использоваться менее эффективно, то рост величины запасов оправдан ростом объема производства.

За счет увеличение объема выручки от реализации на 1633381тыс. руб. оборотные средства ускорили свою оборачиваемость на 37 дней. А за счет роста среднегодовой стоимости оборотных средств на 1458793,5 тыс. руб. их оборачиваемость замедлилась на 50 дней. Совокупное влияние факторов составило замедление на 13 дней, что говорит об ухудшении использования оборотных средств.

Влияние изменение оборачиваемости запасов показало, что за счет увеличения объема выручки от реализации запасы ускорили свою оборачиваемость на 26 дней. А снижение среднегодового остатка запасов на 33325,5 тыс. руб. привел к ускорению оборачиваемости на 1 день. Таким образом, общее влияние факторов составило ускорение оборотных средств на 27 дней.

Следовательно запасы в ЗАО «Агрокомплекс» стали использоваться эффективнее. Для подтверждения этого рассмотрим продолжительность одного оборота запасов по статьям (таблица 3) и выявим какие статьи оказали наибольшее влияние на улучшение эффективности использования запасов.

Таблица 3 – Продолжительность оборота запасов в ЗАО «Агрокомплекс»

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Отклонение (+,-) 2014 г. от	
				2012 г.	2013 г.
Продолжительность оборота запасов, всего, дни	170	169	142	-28	-27
в т. ч.:					
сырье и материалы	70	72	62	-8	-10
животные на выращивании и откорме	43	39	33	-10	-6
затраты в незавершенном производстве	32	30	26	-6	-4
готовая продукция	24	28	21	-3	-7
расходы будущих периодов	1	1	1	0	0

По данным таблицы 3, видно, что к 2014 г. снизилась продолжительность оборота запасов на 27 дней, по сравнению с 2012 г. и составила 142 дня. На данное уменьшение наибольшее влияние оказало

ускорение оборачиваемости животных на выращивании и откорме на 10 дней, сырья и материалов на 8 дней и затрат в незавершенном производстве – на 6 дней. Также снизилась продолжительность оборотов готовой продукции на 3 дня. В отчетном году незначительно сократились расходы будущих периодов до 0,3 дня. Все это положительно отразилось на эффективности использования запасов.

Экономическое значение эффективного использования материальных ресурсов в условиях кризиса выражается в следующем:

1. Снижение удельных расходов сырья, материалов, топлива обеспечивает производству большие экономические выгоды. Уменьшение расходов на приобретение сырья и материалов, дополнительное высвобождение материально – сырьевых ресурсов способствует производству дополнительного объема продукции, т.е. дают возможность из данного количество материальных ресурсов выработать больше готовой продукции, и следовательно, являются одной из серьезных предпосылок увеличения масштабов производства.

2. Стремление к экономии материальных ресурсов побуждает к внедрению новой техники и совершенствованию технологических процессов.

3. Экономия материальных ресурсов в огромной мере способствует снижению себестоимости продукции.

4. Экономия в потреблении материальных ресурсов способствует улучшению использования производственных мощностей и повышению общественной производительности труда.

5. Существенно влияя на снижение себестоимости продукции, экономия материальных ресурсов оказывает положительное воздействие и на финансовое состояние предприятия.

Следовательно, экономическая эффективность улучшения использования и экономии всех элементов оборотных фондов весьма велика, поскольку они оказывают положительное воздействие на все стороны производственно – хозяйственной деятельности сельскохозяйственной организации. Эффективность использования оборотных средств представлена в таблице 4.

Расчеты показали, что эффективность использования оборотных средств удовлетворительна. В 2014 г. на 1000 руб. оборотных средств было получено 1434,01 тыс. руб. выручки, что ниже показателя 2012 г. на 77,09 тыс. руб. Прибыли от продаж на 1000 руб. оборотных средств в отчетном периоде – 285,11 тыс. руб. больше, чем в базовом периоде на 58,01 тыс. руб., а чистой прибыли – 224,02 тыс. руб.

Таблица 4 - Эффективность использования оборотных средств в ЗАО «Агрокомплекс» тыс. руб.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение (+,-) в 2014 г. по сравнению с

				2012 г.	2013 г.
Выручка от реализации	8981917	11529857	10615298	1633381	-914559
Прибыль от реализации	1351528	1600080	2106895	755367	506815
Чистая прибыль	994734	1507255	1658177	663443	150922
Среднегодовая сумма оборотных средств	5944099	8147982	7402892	1458793	-745090
Получено на 1000 тыс. руб. оборотных средств, руб.: - выручки	1511,12	1415,12	1434,01	-77,11	18,89
- прибыли от продаж	227,41	196,21	285,11	57,7	88,9
- чистой прибыли	167,42	185,13	224,02	56,6	38,89

Таким образом, оборотные средства организации, использованные в производстве продукции в 2014 г. принесли больший доход по сравнению с 2012 г. Это приводит к повышению прибыльности ЗАО «Агрокомплекс» и наращиванию темпов его производства, что подтверждает тот факт, что оборотные средства предприятия являются важнейшей составной частью средств производства, условием воспроизводственного процесса, оказывают большое влияние на себестоимость производимой продукции, величину прибыли, уровень эффективности производства сельскохозяйственной продукции, перспективы развития предприятия.

Использованные источники:

1. Гоник, Г. Г. Погодные условия и урожайность основных сельскохозяйственных культур в Центральной Агроэкономической зоне Краснодарского края / Г. Г. Гоник, Г. Е. Гоник // В сборнике: Научно – обоснованные системы земледелия: теория и практика материалы Научно – практической конференции, пиуроченной к 80 – летнему юбилею В. М. Пенчукова. 2013. С. 55-59.
2. Захарова, Ю. Н. Проблемы управления инновационной деятельностью российских коммерческих банков в современных условиях / Ю. Н. Захарова // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2010. №2. С. 51-56.
3. Захарова, Ю. Н. Совершенствование системы адаптивного риск-менеджмента в региональном коммерческом банке / Ю. Н. Захарова // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ростовский государственный экономический университет. Ростов-на-Дону, 2011
4. Яроменко, Н.Н. Роль ключевой ставки в деятельности организации / Н.Н. Яроменко, Н.П. Васильева // В сборнике: Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа в России и за рубежом. Сборник статей IV Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – С.258-263.

Звягинцева Ю.С.
студент
Бондаренко Д.А.
студент
Защитина Е.К.
ассистент
каф. экономики предприятия
ИУЭС ЮФУ
Россия, г. Таганрог

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

На современном этапе развития, основной задачей для руководителей является обеспечение непрерывного выпуска продукции, конкурентоспособной на рынке. В связи с этим каждое предприятие стремится к повышению эффективности деятельности компании. Для того чтобы решить эту задачу возможно внедрение новой техники и технологий для более экономного расходования материалов, совершенствование сервисного обслуживания, использование инструментов маркетинга и т. д. Однако, принято считать, что эффективность деятельности предприятия напрямую зависит от заинтересованности каждого сотрудника, его вовлечённости в развитие компании. Для этого каждому сотруднику необходимо знать, что его мнение учитывается, а его усилия помогают предприятию развиваться. В случае, когда вовлечение в общее дело отсутствует, сотрудники не видят стимулов оставаться на той работе, где его не ценят и достаточно часто уходят в другие организации.

Таким образом, для достижения целей организации необходимо использовать методы управления персоналом, представленные на рис.1.

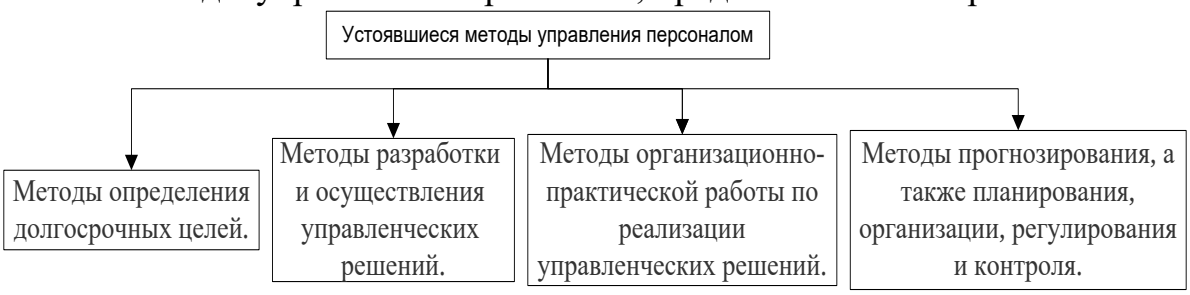


Рисунок 1. Устоявшиеся методы управления персоналом.

Рассмотрим более подробно представленные методы управления персоналом:

1. Метод управления долгосрочных целей помогает предприятию занять желаемое место на рынке. Это необходимое условие для использования конкурентных преимуществ предприятия, его эффективности и достижения успеха.

2. Метод разработки и осуществления управленческих решений

представляет собой комплекс мер, необходимых для разрешения определенной сложившейся ситуации посредством воздействия на объект управления.

3. Метод организационно-практической работы по реализации управленческих решений, представляет собой набор механизмов по управлению управленческими решениями, как важнейшей части организации, от которой зависит выбор целей, путей решения проблем и, как следствие, организационно-практическая работа по реализации целей.

4. Метод прогнозирования, а также планирования, организации, регулирования и контроля предполагает использование всех перечисленных выше методов. Планирование и прогнозирование позволяют подготовиться к изменяющимся факторам внешней и внутренней среды предприятия, а контроль – проверить достижение поставленных показателей и сравнить с запланированными.

Для того чтобы уменьшить риски в работе предприятия и повысить эффективность его функционирования необходимо использовать сразу все методы управления персоналом.

Помимо традиционных устоявшихся методов управления персоналом возможно использование инновационных методов, основанных на индивидуальном подходе к каждому сотруднику с учетом его квалификации, среди которых выделяются:

1. Внутренняя мотивация сотрудников. Данный метод заключается в том, чтобы заинтересовать сотрудника самой работой, а не привлекать его только материальной выгодой. Принято считать, что деньги не могут увеличить продуктивность труда, если работнику не нравится его род деятельности.
2. Гибкий график работы. Доказано, что компании, не устанавливающие определенное количество часов, которые необходимо провести на рабочем месте, являются более успешными, в отличие от компаний, с чётко нормированным режимом работы. В России более распространено нормирование рабочего дня.
3. Удаленная работа. Данный метод в России менее распространен, чем в США и странах Европы. Это обусловлено тем, что в России степень организованности сотрудников ниже. Однако существует огромное количество достаточно ответственных и профессиональных работников, которые могут и хотят работать дома.

Анализируя имеющиеся методы управления персоналом, можно сделать вывод, что в России более распространены устоявшиеся методы управления персоналом, чем инновационные, но имеется тенденция к их развитию на предприятиях ряда отраслей.

Для того чтобы определить, насколько эффективно использование перечисленных выше методов и насколько работники заинтересованы в развитии предприятия, следует обратить внимание на показатели предприятия, которые направлены на вовлечение сотрудников:

- финансовая устойчивость предприятия;
- положительные отзывы клиентов;
- большое количество квалифицированных кадров, желающих занять открытую вакансию;
- расходы, направленные на удержание и привлечение талантливых работников.

Немаловажна и работа предприятия, направленная на удержание талантов, которые вносят существенный вклад в развитие предприятия при условии организованного управления предприятием. В этом случае следует выделить систему управления талантами (talent management system, TMS), которая является программным продуктом и используется для решения таких задач как [1]:

- рекрутмент (метод поиска и подбора персонала);
- управление эффективностью организации;
- обучение кадров;
- формирование компетенций.

TMS-системы необходимы для достижения целей организации в долгосрочном периоде с помощью человеческих ресурсов и организации процесса управления персоналом.

Следует отметить, что в настоящее время системы управления талантами в России используют лишь крупные организации, которые имеют не только достаточное количество средств, но и могут предоставить возможность карьерного роста и развитую систему корпоративного обучения.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что для повышения вовлеченности персонала в работу предприятия необходимо затрачивать ряд организационных и финансовых ресурсов, но в итоге эта деятельность окупится ростом производительности труда и привнесением вклада сотрудников в общее дело.

Для оценки эффективности работы каждого сотрудника возможно использовать систему KPI (Key Performance Indicator) [2].

Преимуществом данной системы является то, что на первый план выводится мотивация работников, результаты их трудовой деятельности имеют количественное выражение, также во внимание берутся количество затраченных ресурсов (выраженных в денежном эквиваленте) и процент загрузки производственных мощностей (уровень использования потенциальных возможностей производства).

Система KPI недавно обрела популярность в России, однако уже активно используется в большинстве организаций, ведь увеличение прибыли и планирование управления организацией необходимо для её эффективности.

Подводя итоги, следует отметить, что каждое предприятие обязательно должно реагировать на любые изменения, происходящие на рынке, регулярно обновлять технологии и уделять должное внимание персоналу,

повышая мотивацию каждого сотрудника. Руководство должно подходить к выбору методов управления персоналом с большой ответственностью, так как от данного выбора зависит не только продуктивность работников, но и эффективность предприятия в целом. Только те компании, которые используют инновационные подходы к управлению кадрами и формируют сплоченную команду, обладающую должными знаниями и способностями, обязательно достигнут высоких результатов.

Использованные источники:

1. Одегов Ю.Д. Управление талантами - реальность современного менеджмента // Вестник Омского университета. Серия "Экономика", 2015, №1, с.92-99.
2. KPI (ключевые показатели эффективности). Как внедрить систему KPI в компании [Электронный ресурс] // Сайт HR-portal URL: http://hr-portal.ru/article/kpi-klyuchevye-pokazateli-effektivnosti-kak-vnedrit-sistemu-kpi-v-kompanii (дата обращения 25.01.2015).

Игрунов К.К.
магистрант 1-го курса
Слинков А.М., к.э.н.
доцент
НИУ «БелГУ»
Россия, г. Белгород

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются основные этапы процесса стратегического управления. Повсеместное внедрение такого современного инструмента управления для развития фирмы в современных условиях, как стратегическое управление обеспечивает высокую эффективность работы, конкурентоспособность, а также устойчивое положение компании на рынке. Основные этапы формирования стратегического управления были рассмотрены на примере ООО «АвроРА».

Ключевые слова: стратегическое управление, конкурентоспособность, маркетинг, реклама.

FEATURES OF ENTERPRISES STRATEGIC MANAGEMENT IN MODERN CONDITIONS

Resume. The article deals with the main stages of the strategic management process. The widespread introduction of such modern management tool for the company's development in modern conditions as strategic management ensures high efficiency, competitiveness and a stable position in the market. The main stages of the formation of strategic management have been considered an example of "Aurora".

Keywords: strategic management, competitiveness, marketing, advertising.

Введение

Реформирование российской экономики привело к радикальному изменению условий функционирования предприятий, что повлекло за собой формирование должной системы управления предприятием. Повсеместное внедрение такого современного инструмента управления для развития фирмы в современных условиях, как стратегическое управление, должно обеспечить высокую эффективность работы, конкурентоспособность, а также устойчивое положение компании на рынке.

Вопросы формирования стратегии актуальны абсолютно для всех видов компаний. Возможность развития важна для крупных и малых организаций, для государственных предприятий и общественных организаций, а так же для коммерческих структур. В качестве объекта исследования предлагается рассмотреть систему управления на примере ООО «АвроРА».

Основная часть

Для построения системы стратегического управления на предприятии руководству организации необходимо, прежде всего, четко представлять сложившуюся ситуацию, в которой в настоящее время находится организация, и только потом делать вывод о направлении развития.

Определение, данное в работе [1], является, на наш взгляд, обобщающим: «Стратегическое управление - это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал, как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности позволяет организации выживать и добиваться своей цели в долгосрочной перспективе».

Процесс стратегического управления определяется следующими основными этапами, которые представлены на рисунке [2].

Рисунок - Основные этапы процесса стратегического управления.

Сформулировав цель деятельности предприятия, необходимо провести

анализ внутренней и внешней среды. Выявление сильных и слабых сторон, а также сравнение показателей, определение их относительной степени важности, проведение анализа сложившейся ситуации, позволяет руководству компании определить «слабые точки», которые требуют скорейшего вмешательства или, напротив, допускающие отсрочки выполнения, а также те, которые могут быть основой при разработке и реализации стратегии предприятия.

Для принятия эффективных стратегических управленческих решений в настоящее время, по мнению ряда ученых, целесообразным является использование SWOT-анализа [3].

Основные показатели экономической эффективности их сравнение и сопоставление позволит оценить обстановку в сравнении с конкурентами, выявить уязвимые и наиболее прогрессивные сильные стороны в деятельности компании в подобной сфере бизнеса. А на основе проведенного анализа полученных показателей уже можно найти незанятые рыночные ниши, определить возможных партнеров и рассчитать преимущества от возможного объединения с другими компаниями, а также обнаружить слабые стороны деятельности своей фирмы, а также конкурентов.

На основании проведенного SWOT-анализа были составлены матрицы угроз и возможностей для ООО «АвроРА», приведенные в таблице 1. В поле разрушительных угроз, а значит и скорейшего изменения положения, попадают угрозы, связанные с уменьшением расходов на рекламу со стороны заказчиков, в результате спада в экономики. Это влечет за собой еще одну угрозу – вынужденное снижение цен на рекламу, а она, в свою очередь, вызовет снижение уровня заработной платы, недовольство персонала, а в дальнейшем и снижение дохода компании в целом и, конечно же, снижение уровня конкурентоспособности.

Таблица 1 - Анализ угроз со стороны конкурирующих сил.

Вероятность реализации угроз	Последствия угроз		
	Разрушительные	Тяжелые	Легкие
Высокая		1. Спад в экономике 2. Рост темпов инфляции	1. Влияние поставщиков 2. Давление со стороны товаров-заменителей
Средняя	1. Сокращение расходов на рекламу со стороны российского бизнеса 2. Снижение уровня цен на рекламу	1. Появление новых видов наружной рекламы у конкурентов 2. Возможность появления новых конкурентов	
Низкая (малая вероятность)			

Для снижения воздействия угрозы, связанной с приходом конкурентов компании необходимо увеличить свою долю на рынке, а также развитием бренда, расширения ассортимента предоставляемых товаров и услуг. Конечно это требует большего внимания к развитию и достаточному финансированию маркетинга.

Матрица возможностей (представлена в таблице 2) продемонстрировала наиболее благоприятные возможности, число которых попадают следующие: внедрять новшества в области наружной рекламы, возможность совершенствовать рекламные технологии, и, конечно же, расширять клиентскую базу.

Таблица 2 - Анализ возможностей ООО «АвроРА».

Вероятность использования возможностей	Влияние возможностей		
	Сильное	Умеренное	Малое
Высокая	Предоставление широкого спектра дополнительных услуг (например, бесплатный монтаж рекламных конструкций)		Осознание необходимости рекламы для укрепления своих позиций на рынке со стороны российского бизнеса
Средняя	1. Совершенствование рекламных технологий, использование новинок наружной рекламы 2. Расширение клиентской базы	1. Выход на новые рынки или сегменты рынка 2. Обучение кадров	
Низкая	Разорение и уход фирм-конкурентов	Уменьшение затрат и издержек путем поиска новых поставщиков качественных и недорогих материалов	

Построенные матрицы, более наглядно и всесторонне отображают деятельность предприятия. Позволяют более точно определить в каком направлении необходимо усилить деятельность, в связи с открывшимися возможностями, используя сильные стороны предприятия. Также позволяют оценить опасность воздействия слабых сторон предприятия, определить за счет каких сильных сторон можно нейтрализовать существующие угрозы.

Проанализировав возможности компании ООО «АвроРА», изучив слабые и сильные стороны, рассмотрев и оценив анализ угроз, исходящих из внешней среды, можно определить стратегию организации.

Для данной компании, работающей на рынке с сильной конкуренцией, на наш взгляд, наиболее приемлемой стратегией, будет стратегия, нацеленная на завоевание конкурентных преимуществ. Эта стратегия предусматривает максимально глубокое проникновение на рынок с введением новшеств наружной рекламы, а также формирования благоприятного имиджа, например, с помощью проведения массовой социальной рекламной кампании.

Заключение

На основе проведенного исследования были предложены следующие мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности ООО «АвроРА»: расширять клиентскую базу, регулярно проводить мониторинг потребностей клиентов, с целью своевременного реагирования на изменения рекламного рынка, снизить цены на размещение рекламы на рекламных конструкциях, внедрить новые виды рекламы вообще и наружной рекламы в

частности, активно проводить рекламные кампании, внедрить для персонала компании «бонусную систему оценки деятельности сотрудника».

Только четко представляя положение своей компании на рынке, а также учитывая основные особенности сферы деятельности, на наш взгляд, руководитель организации может определить стратегию, способствующую достижению намеченных целей и финансовых результатов.

Использованные источники:

1. Лапыгин Ю.Н. Стратегическое развитие организации: учебное пособие / Ю.Н.Лапыгин; Д.Ю. Лапыгин, Т.А. Лагина, под ред. Ю.Н.Лапыгина -М.: КНОРУС, 2005 - С. 288, стр. 56.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия.– Спб: Питер, 1999.
3. Попов А. И. Стратегический менеджмент: Учеб. Пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

Индутенко А.Н., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы, кредит и налогообложения»
Безгодкова Л.С.
студент 3го курса
Курочкина Д.А.
студент 3го курса
НИУ "БелГУ"
Институт управления
Россия, г. Белгород

АНАЛИЗ СОСТАВА, СТРУКТУРЫ, ДИНАМИКИ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РОССИИ И ОЦЕНКА ЕГО ИСПОЛНЕНИЯ

Аннотация

Статья посвящена актуальной проблеме исследования – управлению Федеральным бюджетом России. Задача исследования - провести анализ состава, структуры и динамики доходной части Федерального бюджета России, а также дать оценку его исполнения. В работе предлагается найти пути укрепления доходной части Федерального бюджета России и основные подходы к формированию доходов на 2016 год, что даёт возможность учёным в области экономики продолжить данное исследование.

Ключевые слова

Экономика, Федеральный бюджет, структура, оценка, удельный вес, доходная часть.

В формировании и развитии экономической структуры любого современного общества ведущую роль играет государственное регулирование, осуществляемое в рамках избранной властью политики.

Одним из наиболее важных механизмов, позволяющих государству осуществлять экономическое и социальное регулирование, является финансовая система, главное звено которой – бюджетная система,

представленная совокупностью бюджетов всех уровней и бюджетов государственных внебюджетных фондов.

Через бюджет государство образует и использует общегосударственный централизованный фонд денежных средств, и именно через него государство организует перераспределение общественного продукта для удовлетворения общегосударственных потребностей (распределение средств между производственной и непроизводственной сферами народного хозяйства, регионами, отраслями и т.п.). Причем Федеральный бюджет - это зеркальное отражение национальных приоритетов, первостепенных, архиважных целей государства, т.е. в нем зафиксирована политика данной правящей элиты, которая выработала компромисс между различными политическими силами на конкретный момент расстановки этих сил. Следовательно, проблема управления Федеральным бюджетом России является в настоящее время актуальной и социально значимой.

Проведем анализ состава, структуры и динамики доходной части Федерального бюджета за 2012–2014 года с использованием данных об исполнении Федерального бюджета России за исследуемый период. Данный вид анализа предполагает подсчет удельного веса доходов, абсолютное и относительное изменение, темпа прироста и определение причинно-следственного изменения доходов.

Доходами бюджета принято считать установленные законодательством и решениями органов представительной власти обязательные поступления средств в распоряжение государства и органов местного самоуправления в виде налогов, сборов и других платежей.

Рассмотрим состав и структуру доходов Федерального бюджета России за период с 2012 по 2014гг. в таблице 1.

Из представленных данных в таблице видно, что доходы Федерального бюджета складываются из 15 основных показателей. Согласно проведенным расчетам видно, что наибольший удельный вес в структуре доходов занимают налоговые и неналоговые поступления: в 2012 г. - 99,50%, в 2013 г. – 99,61%, в 2014 г. – 99,74%. Также большой объем в структуре доходов имеют поступления от внешнеэкономической деятельности, они составляют: в 2012 г. – 38,60%, в 2012 г. – 39,73%, а в 2014 г. – 41,04%.

Наименьший удельный вес в структуре доходов на протяжении всего периода занимает статья «Задолженность и перерасчеты по отмененным налогам, сборам и иным обязательным платежам» всего 0,01%.

Отмечается тенденция снижения удельного веса показателя «Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства» в динамике. Данный факт обусловлен снижением их абсолютного значения на протяжении всего рассматриваемого периода.

Что касается поступлений в бюджет от взимания государственной пошлины, то за рассматриваемый период его доля в общем объеме доходов бюджета была нестабильна.

Таблица 1

Состав и структура доходов федерального бюджета России за 2012-2014гг.

Доходы бюджета	2012 год		2013 год		2014 год	
	Сумма	Доля в %	Сумма	Доля в %	Сумма	Доля в %
1	2	3	4	5	6	7
1. Налоговые и неналоговые доходы, в том числе:	12790,88	99,50	12785,38	99,61	14226,16	99,74
1.1. Налоги на прибыль, доходы	375, 82	2,92	384,36	2,99	411,3	3,01
1.2. Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	2 228, 00	17,33	2166,70	16,88	2702,2	17,46
1.3. Налоги на товары, ввозимые на территорию РФ	1 713, 05	13,33	1564,84	12,19	1821,9	13,58
1.4. Налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	2 442, 81	19,00	2563,21	19,97	2884,6	18,01
1.5. Государственная пошлина	92, 33	0,72	92,15	0,72	90,9	0,58
1.6. Задолженность и перерасчеты по отмененным налогам, сборам и иным обязательным платежам	1,21	0,01	0,92	0,01	0,63	0,01
1.7. Доходы от внешнеэкономической деятельности	4 962, 74	38,60	5100,23	39,73	5463,4	41,04
1.8. Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	543, 34	4,23	426,88	3,33	304,6	3,36
1.9. Платежи при пользовании природными ресурсами	101, 31	0,79	206,50	1,61	228,7	0,73
1.10. Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	131,48	1,02	119,59	0,93	148,7	1,35
1.11. Доходы от продажи						

материальных и нематериальных активов	120, 43	0,94	102,36	0,80	108,3	0,20
1.12. Административные платежи и сборы	18,19	0,14	17,79	0,14	17,45	0,06
1.13. Штрафы, санкции и возмещение ущерба	20, 70	0,16	20,74	0,16	20,78	0,20
1.14. Прочие неналоговые доходы	39,47	0,31	19,11	0,15	22,7	0,15
2. Безвозмездные поступления	64,65	0,50	50,07	0,39	35,49	0,26
3. ИТОГО ДОХОДОВ:	12855,53	100	12835,45	100	14261,65	100

Рассмотрев структуру доходов федерального бюджета, можно сказать, что наибольший удельный вес занимают налоговые поступления, в частности, это: налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации; налоги на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации; налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами, а также доходы от внешнеэкономической деятельности. Более наглядно структура и динамика доходов Федерального бюджета за 2012, 2013 и 2014 года по видам доходных источников представлена на рисунках 1, 2 и 3.

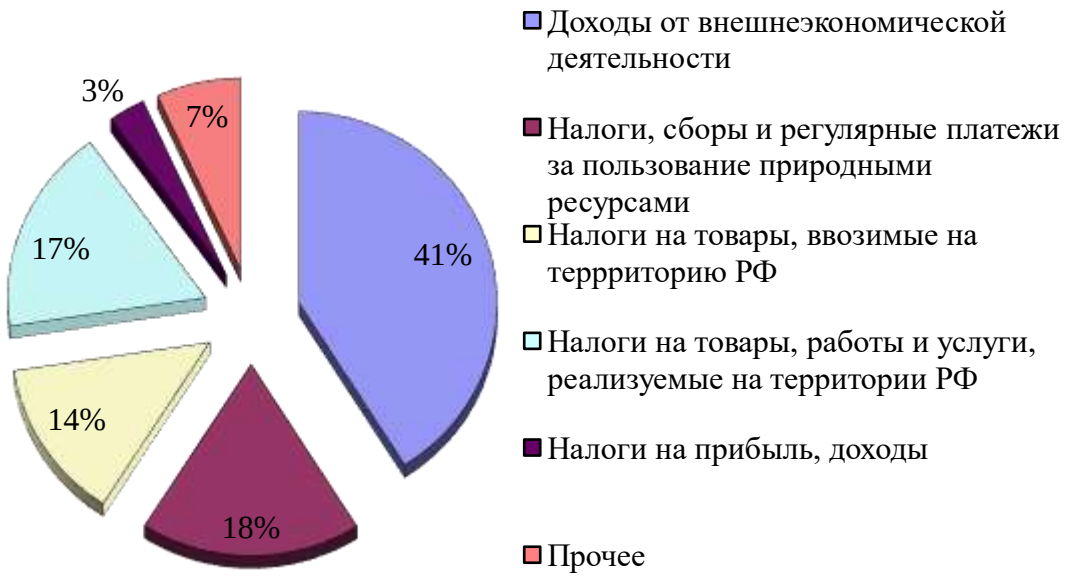


Рис. 1. Структура доходов Федерального бюджета в 2014 году по видам доходных источников, %

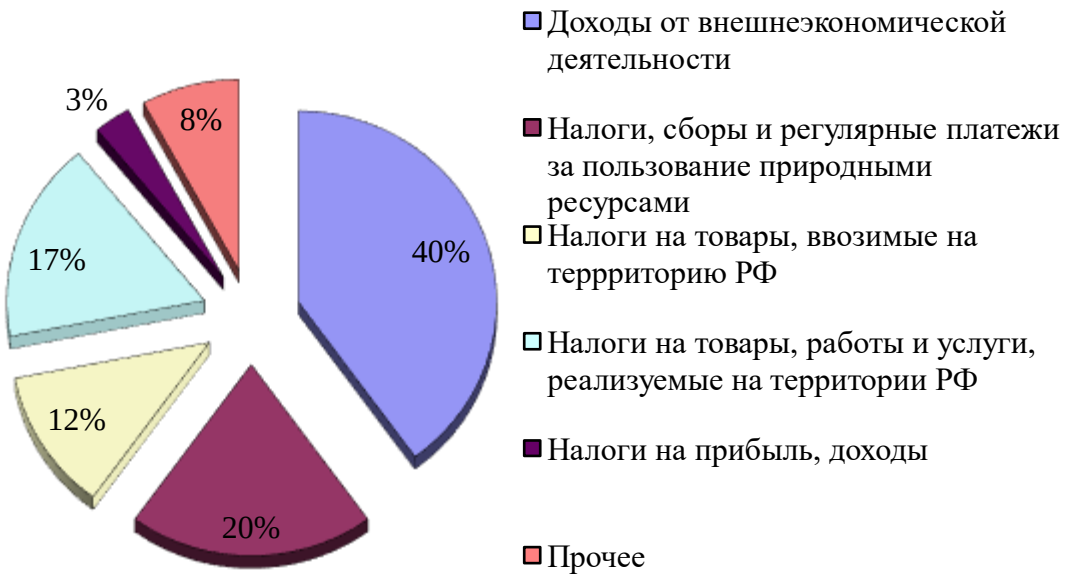


Рис. 2. Структура доходов федерального бюджета в 2013 году по видам доходных источников, %

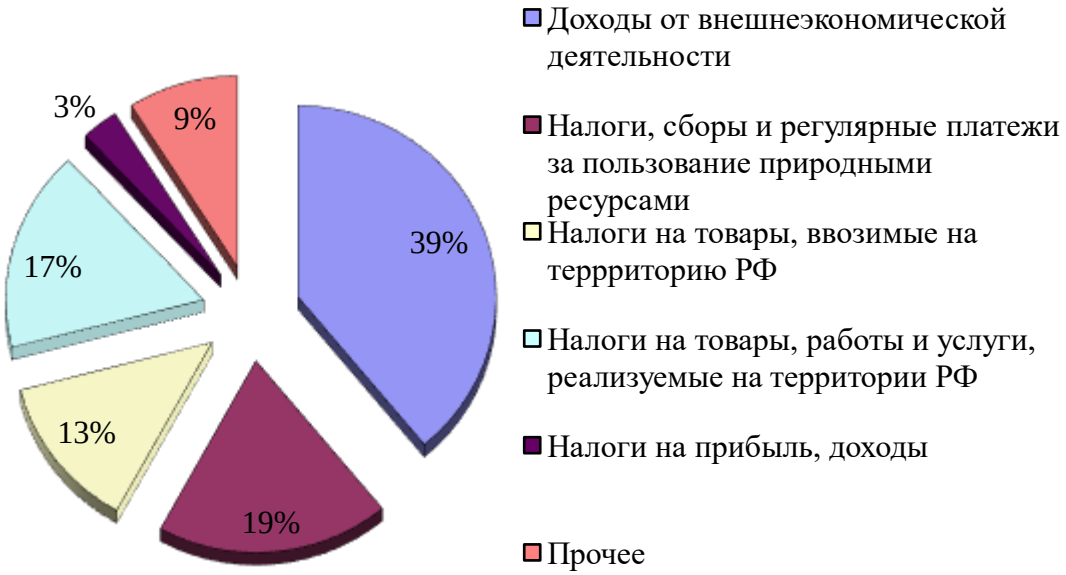


Рис. 3. Структура доходов федерального бюджета в 2012 году по видам доходных источников, %

Проектировки Федерального бюджета на 2014 год формировались Правительством РФ в русле целевых установок профицитной бюджетной политики, ориентированной на необходимость выполнения обязательств по обслуживанию государственного долга, пик платежей по которому приходится именно на предстоящий год. Министерство финансов РФ в этом году добилось по стабилизации бюджетного процесса в ходе формирования

казначейской системы исполнения Федерального бюджета, по расшивке бюджетных неплатежей и задолженностей, в том числе и по выплате заработной платы работникам бюджетной сферы.

Начиная с 2014 г. бюджетная система России стремится к функционированию в режиме профицитного бюджета. Правительство считает, что лучшей экономической оценкой данной политики является определенная финансовая стабилизация в России.

Далее в таблице 3 рассмотрим изменение в динамике всех доходных источников Федерального бюджета России. Для проведения анализа абсолютного и относительного изменения воспользуемся исходными данными, представленными в таблице 2.

Исходя из расчетов, произведенных в таблице 2, отметим следующие ключевые моменты по динамике доходов бюджета за рассмотренный период:

1) Общая сумма доходов в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 11%, по отношению к 2012 году увеличилась на 10,9%;

2) Налоговые и неналоговые доходы в 2014 году по отношению к 2013 году увеличилось на 11,3%, по отношению к 2012 году увеличились на 11,2%;

Таблица 2

Анализ динамики доходов федерального бюджета за 2012-2014гг.

Вид дохода	Абсолютное изменение 2014 к 2013	Относительное изменение 2014 к 2013, %	Абсолютное изменение 2014 к 2012	Относительное изменение 2014 к 2012, %
1	2	3	4	5
1. Налоговые и неналоговые доходы, в том числе:	1440.78	11,3	1435,28	11,2
- Налоги на прибыль, доходы	26,94	7	35,48	9,4
-Налоги на товары (работы, услуги), реализованные на территории РФ	535,5	24,7	474,2	21,3
- Налоги на товары, ввозимые на территорию РФ	257,06	-98,8	108,85	6,4
- Налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	321,39	12,5	441,79	18,1
- Государственная пошлина	-1,25	-1,4	-1,43	-1,5

- Задолженность и перерасчеты по отмененным налогам, сборам и иным обязательным платежам	-0,29	-31	-0,58	-56,9
- Доходы от внешнеэкономической деятельности	363,17	-98,9	500,66	10,1
-Доходы от пользования имуществом находящегося в государственной и муниципальной собственности	-122,28	-28,6	-238,74	-43,9
- Платежи при пользовании природными ресурсами	22,2	10,7	127,39	125,7
- Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	29,11	24,3	17,22	13,1
- Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	5,94	5,8	-12,13	-10,1
- Административные платежи и сборы	-0,34	-1,9	-0,74	-4,1
- Штрафы, санкции и возмещение ущерба	0,04	0,1	0,08	0,4
- Прочие неналоговые доходы	3,59	18,8	-16,77	-42,3
2. Безвозмездные поступления	-14,58	-29,1	29,16	-45,1
ИТОГО ДОХОДОВ:	1426,2	11,1	1406,12	10,9

3) Если рассматривать все статьи доходов Федерального бюджета, мы практически по всем показателям увидим тенденцию снижения в 2014 году по сравнению с 2013 годом, не считая некоторых пунктов. Однако в сравнении с 2014 годом в 2012 году наблюдалось сокращение доходов во многих статьях: «Задолженность и перерасчеты по отмененным налогам, сборам и иным обязательным платежам» - на 56,9%;«Безвозмездные поступления» - на 45,1%; «Доходы от пользования имуществом, находящегося в государственной и муниципальной собственности» - на 43,9%.

Более наглядно динамика доходов Федерального бюджета представлена на рисунке 4.

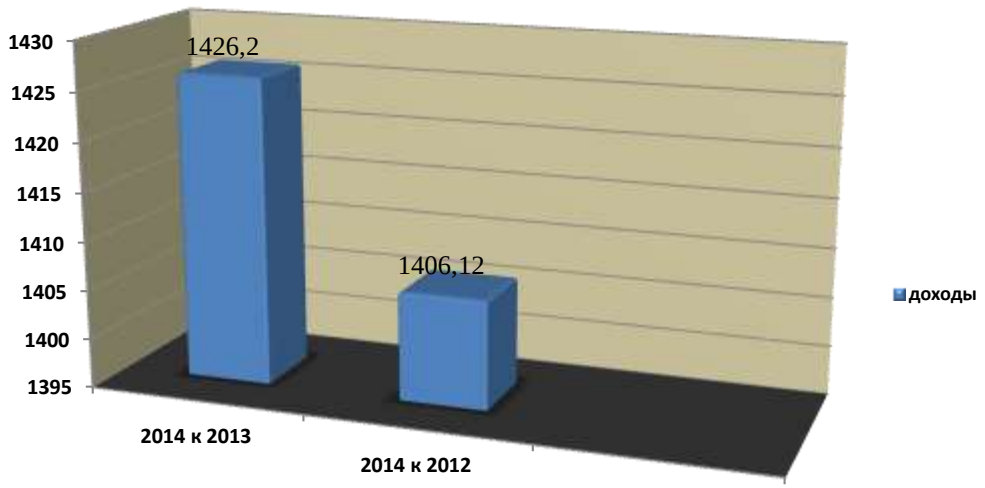


Рис. 4. Динамика доходов Федерального бюджета России за 2012-2014 гг.

Госдума на пленарном заседании 5 октября 2015 года приняла законы об исполнении Федерального бюджета за 2014 год, а также бюджетов государственных внебюджетных фондов за 2014 год.

Согласно утвержденному законом отчету, доходы Федерального бюджета за 2014 год составили 14,497 триллиона рублей, расходы - 14,832 триллиона рублей. Бюджет был исполнен с дефицитом в сумме 334,695 миллиарда рублей, или 5% ВВП.

Оценка исполнения доходной части Федерального бюджета России за 2012-2014 гг.

После утверждения бюджета законодательными (представительными) органами власти начинается его исполнение. На этой стадии бюджетный процесс ставит перед собой следующую задачу: исполнить доходную и расходную часть бюджетов всех уровней. Поступление налоговых доходов в бюджет государства определяется действующим законодательством, которое устанавливает ставки налогов, указывает сроки уплаты, порядок их исчисления и базу обложения.

В бюджете можно выделить две стороны: по доходам и по расходам.

1) по доходам: поступление денежных средств в бюджет происходит своевременно (в соответствии с планом);

2) по расходам: последовательное финансирование мероприятий в пределах утверждённых сумм, предусмотренных законом о бюджете.

Для правильного распределения средств исполнения бюджета, включающего осуществление доходов и расходов, по отдельным статьям бюджетной классификации составляется детальный план.

Ответственным за исполнение бюджета является Правительство РФ, основная роль которого заключается в реализации закона о бюджете, принятого Парламентом.

Для того чтобы государство могло оперативно реагировать на изменение экономической ситуации, Правительство должно иметь

определённую свободу действий, так как финансовые ресурсы государства ограничены.

Важнейшими задачами исполнения бюджета являются:

1) Обеспечение своевременного полного поступления налогов и других платежей, а также доходов в целом по каждому источнику.

2) Финансирование мероприятий в пределах утверждённых по бюджету сумм в течение того финансового года, на который утверждён бюджет.

3) Правильное и экономически обоснованное распределение всех видов платежей и ассигнований утверждённого бюджета, осуществляющегося по бюджетной росписи доходов и расходов.

Документ о поквартальном распределении расходов и доходов бюджета, устанавливающий распределение бюджетных ассигнований между получателями бюджетных средств, называется бюджетной росписью. В России свободную бюджетную роспись формирует Министерство финансов, а принимается и утверждается она в течение 15 дней со дня принятия закона о Федеральном бюджете.

Функции Министерства финансов состоят в следующем: составлять консолидированный бюджет, разрабатывать проекты Федерального бюджета, предоставлять отчёт о выполнении Федерального бюджета, а также развивать бюджетный механизм.

В таблице 1 рассмотрим исполнение Федерального бюджета России по доходам за 2012-2014 гг.

Анализ исполнения доходов Федерального бюджета России показал недовыполнение доходов в 2012 году - на 0,46%; в 2013 году - на 0,55%, а в 2014 году – на 0,25 %.

Следует отметить, что по показателям налогов, сборов и регулярных платежей за пользование природными ресурсами произошло перевыполнение в 2012 и 2013 годах и составило: в 2012г. – на 0,02%, а в 2013г. – на 6,04%. А в 2014 году план оказался недовыполненным на 2,5%.

По доходам от внешнеэкономической деятельности за последние 3 года были самые высокие показатели: в 2012 году – 5001,84; в 2013 - 5132,26 и в 2014 – 5463,4.

Таблица 1

Исполнение Федерального бюджета России по доходам за 2012-2014 гг.

Номер показателя*	2012 год			2013 год			2014 год		
	План	Факт	% испол.	План	Факт	% испол.	План	Факт	% испол.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	12855,48	12790,88	99,50	12889,02	12785,38	99,20	14287,67	14226,16	99,57
1.1	372,33	375,82	100,94	374,13	384,36	102,73	363,2	411,3	113,2

1.2	2215,75	2228,00	100,55	2200,12	2166,70	98,48	2419,0	2702,2	111,7
1.3	1751,56	1713,05	97,80	1725,91	1564,84	90,67	1857,7	1821,9	98,1
1.4	2442,30	2442,81	100,02	2417,12	2563,21	106,04	2957,7	1821,9	98,1
1.5	102,51	99,33	90,07	81,11	92,15	113,61	102,3	90,9	88,8
1.6	0,33	1,21	366,67	0,21	0,92	438,10	0,11	0,63	572,72
1.7	5001,84	4962,74	99,22	5132,26	5100,23	99,38	5462,6	5463,4	100,0
1.8	539,05	543,34	100,80	542,21	426,88	78,73	545,2	304,6	55,8
1.9	87,77	101,31	115,43	96,32	206,50	214,39	269,4	228,7	84,9
1.10	139,92	131,48	93,97	142,23	119,59	84,08	148,5	148,7	100,1
1.11	130,97	120,43	91,95	131,25	102,36	77,99	102,2	108,3	105,9
1.12	10,73	18,19	169,52	10,23	17,79	173,90	9,8	17,45	178,06
1.13	17,20	20,70	120,35	17,23	20,74	120,37	17,26	20,78	120,39
1.14	43,24	39,47	91,28	18,69	19,11	102,25	33,1	22,7	68,6
2.	59,12	64,65	109,35	17,41	50,07	287,59	10,1	35,49	351,4
3.	12914,60	12855,53	99,54	12906,43	12835,45	99,45	14297,77	14261,65	99,75

Федеральный бюджет – это особый финансовый план государства, который утверждается Федеральным собранием. Его функция: финансирование управления и общегосударственных органов власти.

В таблице 2 представлены планируемые (данные приведены без изменений) расходные показатели функциональной классификации Федерального бюджета за 2012-2014 года и фактическое исполнение расходов Федерального бюджета, а также процент его исполнения, данные приведены в млрд. рублей.

Таблица 2

Исполнение расходов федерального бюджета РФ за 2012-2014 гг.

Номер показателя *	2012 год			2013 год			2014 год		
	План	Факт	% испол.	План	Факт	% испол.	План	Факт	% испол.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Всего	12957,30	12894,99	99,52	13730,61	13499,37	98,32	14259,24	14290,93	99,58

1	832,33	809,85	97,30	854,32	852,90	99,83	874,37	897,58	102,65
2	1846,25	1812,39	98,17	1890,36	1883,38	99,63	1932,14	1927,06	99,73
3	1818,58	1842,98	101,34	1863,38	1822,96	97,83	1845,49	1817,29	98,47
4	2027,20	1968,49	97,10	2271,74	2185,61	96,21	2396,91	2474,65	103,24
5	221,81	228,84	103,17	219,63	220,10	100,21	206,51	218,33	105,72
6	22,66	22,50	99,29	19,63	91,70	110,55	17,76	20,43	115,50
7	609,86	603,84	99,18	625,85	623,50	99,362	641,04	647,01	100,93
8	93,51	89,85	96,09	93,65	92,30	98,56	95,38	95,18	99,79
9	558,798	613,82	109,81	675,21	658,22	97,48	737,84	689,13	93,39
10	3891,66	3859,73	99,18	3994,52	3988,65	99,85	4186,81	4278,95	102,20
11	42,17	45,72	108,42	49,37	47,50	96,21	53,42	49,21	92,11
12	77,41	77,54	100,17	86,87	81,47	93,78	96,45	84,59	87,70
13	332,03	320,00	96,38	417,98	408,63	97,76	489,76	478,07	97,61
14	685,36	629,16	91,79	583,86	599,44	102,69	685,36	613,45	89,51

Из таблицы 2 можно увидеть, что план по исполнению Федерального бюджета за последние 3 года остался недовыполненным: в 2012г. – на 0,48%, в 2013г. – на 1,68%, в 2014г. – на 0,42%.

Рисунок 1 позволяет наглядно просмотреть исполнение доходов Федерального бюджета по годам и разделам классификации, а также соотношение планируемых показателей и их фактическое исполнение (рассчитанный процент исполнения).

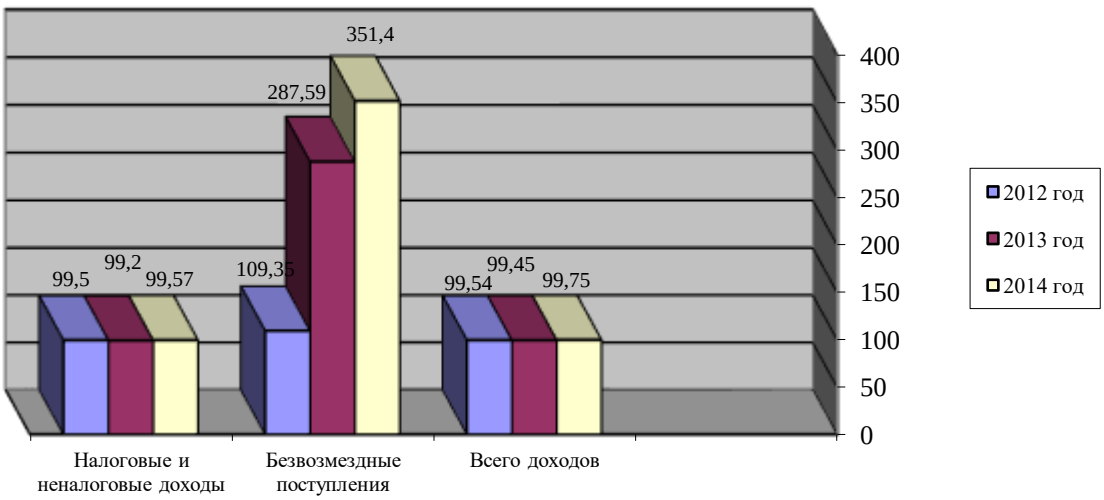


Рис. 1. Динамика процента исполнения федерального бюджета России по доходам за 2012-2014 года

Стоит отметить, что структура бюджета осталась прежней по доходности по секторам за 2014 год, но снизилась в 2 раза наполняемость бюджета: на 40% доходы от внешнеэкономической деятельности, на 32% - налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами и налоги на товары, реализуемые на территории РФ.

Просмотрев структуру расходов Федерального бюджета за 2014 год, следует отметить следующее: по расходам по секторам структура осталась прежней, однако расход бюджета снизился в общей сложности в 2 раза по сравнению с 2013 годом, в том числе снизились расходы на социальную политику на 50%, на национальную оборону на 26% и на правоохранительную деятельность – на 48%.

Немаловажное значение, на наш взгляд, имеет дефицит (профицит) Федерального бюджета за 2012-2014 года (таблица 3).

Таблица 3

Параметры Федерального бюджета за 2012-2014 гг. (млрд. руб.)

Показатель	2012 год		2013 год		2014 год	
	Утверж-дено	Испол-нено	Утверж-дено	Испол-нено	Утверж-дено	Испол-нено
1	2	3	4	5	6	7
1. Доходы	12914,60	12855,53	12906,43	12835,45	14297,77	14261,65
2. Расходы	12957,30	12894,99	13730,61	13499,37	14259,24	14290,93
3.Профицит/ дефицит	-42,7	-39,46	-824,18	-663,92	38,53	-29,28

Из таблицы 3 видно, что дефицит в 2012 году составил 39,46 млрд. рублей, что было меньше утверждённого изначально на 7,6%; дефицит в 2013 году составил 663,92 млрд. рублей, что было меньше утверждённого на

19,44%. В 2014 году также наблюдается дефицит, который составил 29,28 млрд. рублей. Министр финансов отмечал, что к 2015 году планируется достичь нулевого дефицита бюджета. Но как видно из заявления главы Минфина Антона Селиванова, это сделать не удалось: дефицит бюджета в 2015 году составил 2,9-3% ВВП.

Исполнение основных показателей Федерального бюджета за январь-декабрь 2014 года составило:

- объём поступивших доходов – 14 496 144,1 млн. рублей или 101,8% к общему объёму доходов Федерального бюджета, утверждённому Федеральным законом «О Федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015-2016 годов»;

- кассовое исполнение расходов - 14 824 107,2 млн. рублей, или 106,2% к общему объёму расходов федерального бюджета, утверждённому Федеральным законом «О Федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015-2016 годов» и 98,5% к уточнённой росписи.

Общий объём поступивших в казну доходов составил при этом 14 трлн. 26 млрд. руб., а объём расходов казны – 14 трлн. 290 млрд. руб.

Таким образом, дефицит бюджета в минувшем году достиг 2,5% ВВП, о чём ранее сообщал министр финансов Антон Силуанов. Дефицит Федерального бюджета РФ за 2013г. составил 6,04% ВВП, а в 2012 году – 0,02 % ВВП[6, 7, 8, 9].

Большая часть доходов Федерального бюджета, в сумме 7 101 328,5 млн. руб., была обеспечена за счет поступлений от Федеральной таможенной службы, а также Федеральной налоговой службы, в сумме 6 214 735,0 млн. рублей.

Согласно закону «О Федеральном бюджете на 2014г. и на плановый период 2015-2016 гг.», дефицит Федерального бюджета в 2014г. составил 327 млрд. руб. (0,5% от ВВП), в 2015г. – 796,6 млрд. руб. (1% от ВВП) и в 2016 – 486,5 млрд. руб. (0,6% от ВВП).

Совокупный объём средств Резервного фонда по состоянию на 1 января 2014 года в рублёвом эквиваленте составил 4 945 492,3 млн. руб., а Фонда национального благосостояния – 2 900 639,4 млн. рублей.

В долгосрочной бюджетной стратегии Министерства финансов РФ сообщалось, что даже при сохранении высоких цен на нефть бюджету РФ до 2020г. не хватит порядка 10 трлн. руб. для финансирования всех государственных обязательств. Эксперты финансового ведомства обнаружили необеспеченные доходами обязательства бюджета с 2017г. по 2020г.: 5,6 трлн. руб. утверждённых и ещё 4,2 трлн. руб. – обещанных. Эксперты подчеркнули, что в случае сокращения бюджетных поступлений этот недостаток может стать ещё больше, и при сохранении высоких цен на нефть до 2020г. бюджету РФ не хватит порядка 10 трлн. руб. для финансирования всех государственных обязательств.

Эксперты Минфина приводят ряд факторов, несущих дополнительные риски для бюджетной системы страны, включая обязательства по пенсиям,

возможное падение доходов от экспорта сырья, а также сокращение поступлений от налогов и т.д.

Следует отметить, что консервативный сценарий развития экономики, положенный в основу бюджетной стратегии, состоит в следующем: темпы роста ВВП до 2030г. не превысят 2,5%. Но в Минфине всёже опасаются, что даже таких темпов роста достичь не удастся, и доходы бюджета будут меньше прогноза. Чтобы решить проблему дефицита бюджета, финансовое ведомство предлагает проработать возможности сокращения расходов и повышения налогов на сырьевой сектор. Существуют также риски постоянного увеличения обязательств по пенсиям: расходы на сбалансированность бюджета Пенсионного фонда вырастут с 943 млрд. руб. в 2013г. до 2 трлн. руб. в 2030г.

Согласно стратегии бюджет будет дефицитным весь расчётный период, а дефицит – покрываться в основном за счёт госзаймов, которые станут фактически единственным источником его финансирования, а, следовательно, к 2030г вырастет госдолг с 12% до 18,2% ВВП. В условиях прогнозного периода для обеспечения сбалансированности Федерального бюджета в 2017г. необходимо сокращение расходов на 1,247 трлн. руб., в 2018г. – 1,655 трлн. руб., в 2019г. – 1,517 трлн. руб. и в 2020г. – 1,142 трлн. руб.

Авторы стратегии предупреждают о рисках падения ненефтегазовых доходов – налоговых и таможенных платежей, доходов от приватизации. Так, по оценкам налоговой и таможенной служб, объём недопоступления доходов может составить в 2016 году 792 млрд. рублей. По прогнозам Минфина, властям придётся сокращать заложенные в бюджет расходы в случае долгосрочного снижения нефтяных цен, так как Резервный фонд будет исчерпан уже в 2016 году.

В заключение вопроса отметим основные задачи, стоящие перед казначейскими органами в части исполнения Федерального бюджета России.

Основным является вопрос совершенствования нормативно-правовой базы, направленной на реформирование системы бюджетных платежей. Необходимо указать, что в части повышения эффективности управления свободными остатками денежных средств бюджетов бюджетной системы РФ и осуществления операций в секторе государственного управления в соответствии с утвержденной Концепцией реформирования системы бюджетных платежей на период до 2017 г. определен перечень законодательных и иных нормативных правовых актов РФ, принятие которых потребуется в целях реализации поставленных задач.

В целях развития системы бюджетных платежей Федеральным казначейством в 2014 г. было предложено включить в проект новой редакции Бюджетного кодекса РФ новые главы, касающиеся функционирования казначейского обслуживания, единого казначейского счета и системы бюджетных платежей.

Итак, анализ формирования доходов Федерального бюджета России за

период с 2012 по 2014 года показал, что в целях снижения дефицита бюджета и повышения его финансовой устойчивости в современной нестабильной экономической ситуации необходимо найти пути укрепления доходной части Федерального бюджета России и основные подходы к формированию доходов на 2016 год.

Использованные источники:

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г. с поправками от 30 декабря 2008 г. и 5 февраля 2014 г. [Текст]: офиц. текст // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2009. - № 31. - Ст. 445.
2. О Правительстве Российской Федерации: федер. конст. закон от 17 декабря 1997 г. № 2-ФКЗ: по сост. на 8 декабря 2010 г. [Текст]: офиц. текст // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1997. - № 51. - Ст. 5712.
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998г. №145-ФЗ [Текст]: офиц. текст // Собрание законодательства РФ. – 1998. - № 31. - Ст. 3823.

Индутенко А.Н.
доцент
кафедра «Финансы, кредит и налогообложение»
Забнина Г.Г.
ст. преподаватель
кафедра «Финансы, кредит и налогообложение»
НИУ БелГУ
Стерлева Д.С.
студент 3 курса
институт Экономики
кафедра «Финансы, кредит и налогообложение»
Россия, г. Белгород

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Статья посвящена анализу и оценке финансовой деятельности предприятия как основе управленческих решений. Рассматривается анализ ликвидности баланса предприятия на примере ПАО «Газпром». На основе анализа составлена оценка баланса на 2015 год. Предложен ряд управленческих решений, способных увеличить не соответствующую норме ликвидность баланса.

Ключевые слова: финансы, анализ, оценка, предприятие, баланс, управление, управленческие решения, ликвидность, коэффициенты ликвидности.

Актуальность статьи заключается в том, что отсутствие навыков адекватной оценки собственного финансового состояния приводят к неверным управленческим решениям, которые на нем основаны, что может

навредить экономике предприятия и подтолкнуть к грани банкротства. В современных условиях, когда экономика испытывает кризис и предприятия вынуждены мобилизовать все имеющиеся внутренние ресурсы, управленческие решения играют решающую роль, так как определяют эффективность финансовой деятельности. Следовательно, знание методов финансового анализа, умение разработать план оздоровления предприятия стали необходимой предпосылкой эффективного управления организацией.

Финансовый анализ представляет собой оценку финансово - хозяйственной деятельности фирмы в прошлом, настоящем и предполагаемом будущем [2, стр.87]. Зачастую текущие методы финансового анализа предприятия направлены на то, чтобы ее управление имело возможность оценить как текущее, так и будущее экономическое состояние своей фирмы, а также могло принимать грамотные и верные управленческие решения.

Руководителям постоянно приходиться принимать ряд управленческих решений, от которых зависит не только успешность и эффективность предприятия, но и ее существование в целом. Принятие множества решений, таких как инвестирование или распределение активов невозможно без проведения финансового анализа.

Хорошее финансовое положение характеризуется эффективным использованием ресурсов, удачным соотношением оборотных активов и пассивов в балансе и способностью предприятия в сроки и в полной мере погашать свои обязательства за счет внутренних средств. Последняя характеристика определяется ликвидностью баланса. Произведем анализ ликвидности баланса для установления связи между результатами оценки полученных значений и соответствующих управленческих решений.

Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств организации её активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств [1, стр. 46]. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков. Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги приведённых групп по активу и пассиву.

Используя данные баланса ПАО «Газпром» [3], составим таблицу:

Таблица 1

Значения приведенных групп по активу и пассиву

А1	2737715069	П1	639986936
А2	496606800	П2	1371819291
А3	563971447	П3	1705131817
А4	8931076560	П4	9089213120

Ликвидность баланса в некоторой степени отличается от абсолютной. Обязательства по текущим платежам и поступлениям полностью

покрываются активами баланса. На период 2014 года наблюдается уменьшение текущей ликвидности исходя из соотношения А2 и П2. Сопоставление итогов по активу и пассиву для 3 и 4 групп отражает соотношение платежей и поступлений в относительно отдаленном будущем. Исходя из полученных данных можно отметить наличие гаранта ликвидности в будущем.

Исходя из этого, можно охарактеризовать ликвидность анализируемого баланса как допустимую. Сопоставление первых двух неравенств свидетельствует о том, что в ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени организации удастся улучшить свою платёжеспособность. При этом, исходя из данных аналитического баланса, можно заключить, что причиной снижения ликвидности явилось то, что краткосрочная задолженность увеличилась более высокими темпами, чем денежные средства.

Проведенный анализ ликвидности баланса является приближенным. Поэтому следует использовать более детальный анализ платежеспособности - анализ с использованием финансовых коэффициентов.

Используем финансовые коэффициенты ликвидности. Среди анализируемых показателей:

1. Коэффициент текущей (общей) ликвидности (Ктл)
2. Коэффициент быстрой ликвидности (Кбл)

На основе представленных коэффициентов произведем расчеты и сформируем таблицу:

Таблица 2

Финансовые коэффициенты и рыночные индикаторы ПАО «Газпром»

Показатель	Норма	Формула	на 01.01.2014	на 01.01.2015	Тр %
Ктл	≥ 2	$\text{Кбл} = \frac{\text{ОА}}{\text{КО}}$ ОА – оборотные активы; КО – краткосрочные обязательства.	2.06	1.86	90,3
Кбл	[0,7;1]	$\text{Кбл} = \frac{\text{А1} + \text{А2}}{\text{П1} + \text{П2}}$ А1 - наиболее ликвидные активы; А2 - быстрореализуемые активы; П1 - наиболее срочные обязательства; П2 - краткосрочные пасиивы	0,51	0,57	112

Коэффициент текущей ликвидности на 2014 год соответствовал норме и составлял 2,06, к 2015 году показатель снизился на 9,7 % и составил 1, 86,

что не соответствует норме. Показатель быстрой ликвидности на 2014 и 2015 не соответствует норме и разнится с ней на 0,2-0,13 единицы, наблюдается тенденция к увеличению показателя (к 2015 году это увеличение составило 12%).

В соответствии с показателями предприятие на 2015 год не имеет способности погашать текущие обязательства только за счет своих оборотных активов, так как показатель не соответствует норме. Если положение предприятия станет действительно критичным, то оно не сможет в полной мере погасить свои текущие обязательства (исходя из предположения, что товарно-материальные запасы вообще не имеют никакой ликвидационной стоимости).

На период 2014-2015 года анализ ликвидности выявил неспособность ПАО «Газпром» в критической ситуации выплатить все свои обязательства. Для того, чтобы повысить выявленный недостаточный уровень ликвидности, нужно принять ряд управленческих решений:

1. Заключение договора-цессии, то есть уступку требований или передачу права на собственность;
2. Расширение рынков сбыта и рационализация использования ресурсов в целях увеличения прибыли;
3. Уменьшение краткосрочных обязательств;
4. Снижение уровня запасов;
5. Эмиссия акций.

Принятие управленческих решений - это больше искусство, чем наука, это умение принимать решения, мыслить, основываясь на результатах финансового анализа. Результаты финансового анализа – это материальная основа управленческих решений, принятие которые основывается не только на аналитических данных, но и на опыте, логике, интеллекте и личных симпатиях лиц принимающих решения. Это является подтверждением того, что финансовый анализ в современных условиях является инструментом принятия успешных управленческих решений и становится элементом управления.

Использованные источники:

1. Воронов, В.В. Экономика предприятия [Текст]: учебное пособие / под ред. В.В. Воронова. – М.: Дело и сервис, 2010. – 208 с.
2. Глушкова, В.Г. Региональная экономика. Основы теории и методы исследования [Текст]: учебное пособие / В.Г. Глушков, В.В. Курнышев. – М.: Кнорус, 2015. ¬262 с
3. Отчетность за 2014 год [Электронный ресурс]: информационный сайт ПАО «Газпром». – Режим доступа: http://www.gazprom.ru

Казарян М.Т.
старший преподаватель
Карпова В.А.
студент 3го курса
КузГТУ им. Т.Ф. Горбачева
Россия, г. Кемерово

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

Аннотация: в статье рассмотрена система информационной обеспеченности бюджетирования, роль информации в управлении предприятием, значение системы бюджетирования, критерии построения эффективной системы бюджетирования.

Ключевые слова: бюджетирование, информационное обеспечение, информация, управление организацией.

В данной работе речь пойдет о бюджетировании, его информационном обеспечении, а также об его значении в системе финансового управления организацией.

Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время бюджетирование является довольно эффективным приемом управления бизнесом.

Бюджетирование − это процедура составления и принятия бюджетов, одна из составляющих системы финансового управления, предназначенная для оптимального распределения ресурсов хозяйствующего субъекта во времени.

Под бюджетом в данном случае понимается единая система сбора, анализа и обработки получаемой информации, как из внутренней, так и из внешней среды [2].

Непосредственно внедрение бюджетирования помогает создать целостную и достаточно эффективную систему управления.

Информационное обеспечение – информация, необходимая для управления экономическими процессами, содержащаяся в базах данных информационных систем.

Наверное, каждому известно изречение Уинстона Черчилля: «Кто владеет информацией, тот владеет миром».

Информация играет ведущую роль не только в жизни людей, общества, но и в управлении организацией.

Главным является то, что предоставляемая информация должна быть качественной и должна приносить пользу. Полезности информации оценивается ее значимостью (ценностью) и надежностью. Ценность информации определяется ее возможностью воздействовать на принятие управленческих решений.

О качестве предоставляемой информации можно судить по различным критериям, потому как разные исследователи выделяют различные требования, которые предъявляют к информации, используемой в процессе бюджетирования.

Среди наиболее часто встречаемых можно выделить такие, как:

1. Необходимость;
2. Достаточность;
3. Достоверность;
4. Своевременность.

Информация не только осведомляет нас о каких-либо сведениях, дает нам знания, но и что касается управления (бюджетирования) − помогает производить расчеты основных и вспомогательных показателей финансового состояния организации, а также осуществлять контроль за их исполнением.

Для того, чтобы принять правильные управленческие решения необходимо оптимальное количество информации. Так как отсутствие необходимого количества информации не дает возможности в полной мере получить знания, представления об изучаемом предмете, − это может повлечь за собой ошибочно принятые управленческие решения; а излишнее количество информации может помешать ее быстрому изучению, анализу, а это в свою очередь может привести к необоснованным заключениям.

Информационное обеспечение бюджетирования также предполагает своевременное получение структурными подразделениями предприятия показателей, необходимых для осуществления всех его этапов в течение бюджетного периода [4].

Вследствие того, что в настоящее время достаточно неплохо развиты современные информационные технологии, методика бюджетирования дает возможность, используя информационную базу, осуществлять экономический контроль внутри организации и проводить альтернативный анализ результатов исполнения принятых бюджетов.

Информационная база бюджетирования включает в себя нормативно-законодательные документы, данные системы бухгалтерского и управленческого учета, статистические и плановые сведения и т.д.

Владение и использование информации, отвечающей всем требованиям, в процессе бюджетирования даст возможность сделать процесс формирования, контроля и анализа бюджетов организации более эффективным.

Информационное обеспечение бюджетирования играет большую роль в принятии правильных управленческих решений, а соответственно и в успешной работе всей организации в целом.

Потому как обработка информации для принятия управленческих решений и выработки воздействий на управление занимает достаточно большое количество времени, − информационное обеспечение крайне необходимо управленческой деятельности.

От того, на сколько полно и систематично организация будет обеспечена информацией, необходимой для системы бюджетирования, зависит успех построения самой этой системы и последующее исполнение бюджетов организации.

Значение системы бюджетирования как в управленческом учете, так и

в финансовой системе организации в целом очень велико, так как именно оно помогает сориентироваться в его финансовых возможностях и подобрать наиболее эффективные действия с точки зрения конечных итогов.

Но при этом одним из основных критериев построения эффективной системы бюджетирования является ее распространение на все уровни организационной структуры. То есть бюджетирование в некоторой степени – это коллективное «творчество», в процесс которого должны быть вовлечены все службы.

Именно бюджетирование дает возможность для получения достоверной информации, которая в свою очередь необходима для сопоставления целей с полученными результатами.

Эффективная система бюджетирования позволит начать перестройку системы управления и даст мощный толчок в развитии предприятий [8].

Система бюджетирования в целом способствует определению «промахов», при использовании активов, которые требуется либо использовать эффективнее, либо же, наоборот, их продать.

А самое главное – она помогает сделать организацию более «кристальной» (открытой), а значит и более привлекательной для партнеров и инвесторов.

Использованные источники:

1. Попов А.А., Бюджетирование на предприятии как инструмент финансового планирования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/bjudzhetirovanie-na-predprijatii-sistema-organizacija-process-dejatelnosti-primer/

2. Макаров Д.В., Информационное обеспечение системы бюджетирования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.misbfm.ru/article/informacionnoe-obespechenie-sistemy-byudzhetirovaniya

3. Панок Д.Г., Организация системы управленческого контроля на промышленном предприятии. Межвузовский сборник научных трудов. Экономика России: основные направления совершенствования. – №7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn07/11.shtml

4. Краткий курс лекций по дисциплине «Экономика предприятия». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studme.org/37045/ekonomika/ekonomika_predpriyatiya

5. Жарылгасова Б., Савин В., Бюджетирование как основа информационного обеспечения внутреннего экономического контроля. // Финансовая газета, 2009. – № 5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lawmix.ru/bux/33833

6. Ириков В.А., Ириков И.В., Технология финансово-экономического планирования на фирме. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 248с.

7. Трофимов В. В. Информационные технологии. – М.: ИД Юрайт, 2011. – 624 с.

8. Казарян М. Т., Особенности внедрения принципов скользящего бюджетирования в сельскохозяйственные предприятия / Сборник научных статей 2-ой Международной молодежной научной конференции "Будущее науки" - 2014 // Закрытое акционерное общество "Университетская книга". Курск, 2014

Калашникова И.А.
студент 4 курс
специальность «Финансы и кредит»
Ширяева Н. В., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»
Россия, г. Ульяновск

ЭФФЕКТ ОПЕРАЦИОННОГО РЫЧАГА В СИСТЕМЕ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА

Статья посвящена анализу и значению эффекта операционного рычага. Акцент делается на использование данного эффекта с помощью маржинального анализа. Для решения поставленных задач необходимо произвести расчеты итоговых показателей, которые продемонстрированы на примере ЗАО «Авиастар-СП».

Ключевые слова: операционный рычаг, маржинальный анализ, постоянные и переменные издержки, выручка, «подушка безопасности».

Экономически термин «операционный рычаг» (или операционный леверидж) напрямую связан с текущими расходами, влияющие на реализацию и производство продукции, т.е. с затратами предприятия. Операционный леверидж предприятия рассчитывают с помощью показателя «эффект операционного рычага», который показывает, насколько изменится прибыль компании при изменении выручки за счет изменения структуры постоянных и переменных затрат или эластичность прибыли по выручке.

Главным достоинством данного показателя является планирование изменений прибыли от изменения реализации и определение точки безубыточности, которая является простым инструментом оценки финансовой стабильности предприятия.

С помощью операционного левериджа можно планировать изменения прибыли предприятия от варьирования объемов реализации, и определить точку безубыточности. Важным условием применения операционного рычага является использование маржинального метода, основанного на подразделении затрат на переменные и постоянные. Чем ниже удельный вес постоянных затрат в общей сумме затрат предприятия, тем в большей степени изменяется величина прибыли по отношению к темпам изменения выручки компании.

На любом предприятие, которое заинтересовано в получение прибыли,

затраты делятся на переменные и постоянные. Переменные затраты представляют собой расходы, которые не зависят от того какой объем выпуска продукции произведет предприятие. Переменные затраты наоборот напрямую зависят и изменяются пропорционально объему выпуска.

Уровень постоянных затрат в общей выручке предприятия или от единицы продукции могут существенно влиять на изменение прибыли и издержек. Это происходит из-за того, что каждая дополнительно произведенная единица продукции приносит дополнительную доходность, которая пойдет на покрытие постоянных затрат. В зависимости от соотношения затрат предприятия общий прирост доходов от этой дополнительно произведенной единицы товара может резко измениться и сама прибыль. Как только достигается уровень безубыточности, появляется прибыль, которая растет быстрее, чем объем продаж.

Операционный рычаг является инструментом для определения и анализа данной зависимости, то есть он предназначен для установления влияния прибыли на изменение объема реализации. Суть его действия заключается в том, что при росте объема выручки наблюдается больший темп роста объема прибыли, однако этот больший темп роста ограничен соотношением постоянных и переменных затрат. Чем ниже удельный вес постоянных затрат, тем меньше будет это ограничение.

Рассматривая поведение переменных и постоянных затрат, следует анализировать состав и структуру затрат на единицу продукции в определенном периоде времени и при определенном количестве продаж. Поведение переменных и постоянных затрат при изменении объема производства характеризуется следующим образом, которое представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Поведение постоянных и переменных издержек при изменении объема производства.

Объем производства	Переменные издержки		Постоянные издержки	
	Суммарные	На единицу продукции	Суммарные	На единицу продукции
Растет	Увеличиваются	Неизменны	Неизменны	Уменьшаются
Сокращается	Уменьшаются	Неизменны	Неизменны	Увеличиваются

Структура издержек — не столько количественное отношение, сколько качественное. Тем не менее влияние динамики переменных и постоянных затрат на формирование финансовых результатов при изменении объема производства весьма существенно. Именно со структурой затрат тесно связано понятие операционного рычага.

Анализ динамики выручки от реализации и прибыли предприятий показывает, что изменение выручки от реализации вызывает более сильное изменение прибыли [1,с.34].

Для расчета эффекта, или силы воздействия, рычага используется целый ряд показателей. При этом требуется разделение издержек на

переменные и постоянные с помощью промежуточного результата. Эту величину принято называть валовой маржой (суммой покрытия, вкладом) [2,с.156].

В эти показатели входят:

$$ВМ = Пр_{реал} + З_{пост}, \quad (1)$$

где ВМ – валовая маржа;

$Пр_{реал}$ – прибыль от реализации;

$З_{пост}$ – постоянные затраты.

$$В = Пр_{реал} - З_{перем}, \quad (2)$$

где В – вклад (сумма покрытия);

$З_{перем}$ – переменные затраты.

$$СВОР = \frac{В_{реал} - З_{перем}}{Пр_{реал}}, \quad (3)$$

где СВОР – сила воздействия операционного рычага;

$В_{реал}$ – выручка от реализации.

$$ЭОР = \frac{\Delta Пр}{\Delta В}, \quad (4)$$

где ЭОР – эффект операционного рычага;

$\Delta Пр$ – темп прироста прибыли;

$\Delta В$ – темп прироста выручки.

Если трактовать эффект воздействия операционного рычага как изменение валовой маржи, то ее расчет позволит ответить на вопрос, насколько изменяется прибыль от увеличения объема (производства, сбыта) продукции.

Между значением производственного (операционного рычага) и отношением постоянных и переменных расходов существует прямая пропорциональная взаимосвязь:

1. Чем выше значение рычага, тем выше уровень отношения постоянных затрат к переменным;
2. Чем ниже значение рычага, тем ниже отношение затрат.

Высокий уровень отношения постоянных расходов к переменным может свидетельствовать о высокой технической оснащенности производства.

Расчет эффекта операционного рычага в системе маржинального анализа деятельности закрытого акционерного общества «Авиастар-СП» представлено в таблице 2 [3].

Таблица 2 – Расчет порога рентабельности, запаса финансовой прочности, силы воздействия операционного рычага ЗАО «Авиастар-СП».

Показатели	Единицы измерения	Анализируемый период		
		2012 год	2013 год	2014 год
Выручка, всего	тыс. руб.	4570322	3090381	6474033
Переменные расходы	тыс. руб.	4272269	2820067	6982018
Валовая маржа	тыс. руб.	298053	270314	-234985

Коэффициент валовой маржи		0,065	0,087	-0,035
Порог рентабельности	тыс. руб.	1047292,31	365724,14	-933828,57
Запас финансовой прочности	тыс. руб.	3523029,7	2724656,9	7680861,6
Прибыль	тыс. руб.	228996,9	237045,1	-268830,1
Сила воздействия операционного рычага		1,30	1,14	0,87

Анализ полученных данных показывает, что валовая маржа обеспечивает покрытие постоянных расходов и формирует прибыль предприятия как в 2012 г., так и в 2013 г.

Запас финансовой прочности показывает, что даже если на предприятии произошло бы падение выручки на 7680861,6 тыс. руб., то ЗАО «Авиастар-СП» могло бы выдержать это, прежде чем понесло убытки. Аналогично и для 2013 г., и 2012 г. Видно, что в 2012 г. запас финансовой прочности хоть и существовал, но был незначителен, что свидетельствовало о предупреждении, об опасности. Однако к 2014 г. сформировалась так называемая «подушка безопасности» — вследствие увеличения запаса финансовой прочности. Целесообразно говорить о том, что степень риска становится с каждым годом ниже.

По результатам показателя операционного рычага можно сказать, что выручка от реализации возрастает, следовательно, сила воздействия операционного рычага снижается. Каждый процент прироста выручки дает все меньшую силу воздействия операционного рычага. На основе изложенного можно сделать вывод о том, что степень предпринимательского риска снижается, так как сила воздействия операционного рычага убывает с каждым годом.

Таким образом, на основе проведенного маржинального анализа можно говорить об успешном функционировании ЗАО «Авиастар-СП» на рынке самолетостроения.

Существуют и другие способы расчета эффекта операционного левериджа, отличающиеся от рассчитанной нами, но суть механизма управления операционной прибылью остается прежним.

В конкретных ситуациях операционной деятельности предприятия необходимо учитывать ряд следующих особенностей [4, с. 298]:

1. Положительное воздействие операционного левериджа начинает проявляться лишь после того, как предприятие преодолело точку безубыточности своей операционной деятельности.

2. После преодоления точки безубыточности — чем выше коэффициент операционного левериджа, тем большей силой воздействия на прирост прибыли будет обладать предприятие, наращивая объем реализации продукции.

3. Наибольшее положительное воздействие операционного левериджа достигается в поле, максимально приближенном к точке безубыточности (после ее преодоления).

4. Механизм операционного левериджа имеет и обратную направленность — при любом снижении объема реализации продукции в еще большей степени будет уменьшаться размер валовой операционной прибыли.

5. Эффект операционного левериджа стабилен только в коротком периоде.

Понимание механизма проявления операционного левериджа позволяет целенаправленно управлять соотношением постоянных и переменных издержек в целях повышения эффективности операционной деятельности. Это управление сводится к изменению значения коэффициента операционного левериджа при различных тенденциях конъюнктуры товарного рынка и стадиях жизненного цикла предприятия.

Механизм применения операционного рычага зависит от воздействующих факторов на изменение выручки от продаж в отчетном и базисном: динамика цен, либо динамика натурального объема продаж, либо оба фактора вместе.

Как правило, на практике выручка растет или снижается под влиянием одновременного действия обоих факторов. Но при планировании прибыли важнейшее значение имеют степень и направление воздействия на выручку каждого фактора.

Если изменение спроса на продукцию выражается только через изменение цен, а натуральный объем продаж остается на базисном уровне, то вся сумма прироста или уменьшения выручки от продаж одновременно становится суммой прироста или снижения прибыли.

Если сохраняются базисные цены, но изменяется натуральный объем продаж, то рост или снижение прибыли — это по сумме рост или снижение выручки, уменьшенный на соответствующее изменение величины переменных затрат.

Следовательно, изменение цен в большей степени отражается на динамике прибыли от продаж, чем изменение натурального объема продаж. Уже было сказано, что операционный рычаг — это измеритель превышения темпов динамики прибыли над темпами динамики выручки.

Таким образом, даже не делая никаких расчетов, можно утверждать следующее: показатель операционного рычага при изменении выручки только за счет цен всегда будет выше, чем при изменении выручки только за счет натурального объема продаж.

Использованные источники:

1. Карпова Г.А. Анализ финансовой устойчивости коммерческих организаций // Вестник молодых ученых. 2012. - №3. - с. 34-37.
2. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. — М.: Проспект, 2014. — 424 с.

3. Сайт предприятия «Авиастар-СП» http://www.aviastar-sp.ru
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2013. — 536 с.

Катаева Т.М., к.э.н.
доцент
кафедра Менеджмента и инновационных технологий
Петрова М.А.
магистрант 1-го курса
направление «Производственный менеджмент»
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена рассмотрению основных проблем внедрения и использования проектно-ориентированного подхода в управлении организацией, определению возможных способов их разрешения, а также перспектив практической реализации данного подхода в деятельности отечественных предприятий.

Ключевые слова: проектно-ориентированный подход, проект, управление проектами, проектная деятельность

Kataeva T.M.,
assistant Professor of Management and innovative technologies
Institute of Management in Economic, Ecological and Social Systems
Southern Federal University,
Russia, Taganrog
Petrova M.A.,
undergraduate of the 1st course direction "Production management"
Institute of Management in Economic, Ecological and Social Systems
Southern Federal University,
Russia, Taganrog

PROJECT-ORIENTED APPROACH TO ENTERPRISE MANAGEMENT: PROBLEMS AND PROSPECTS OF IMPLEMENTATION

The article is devoted to the main problems of the implementation and use of project-oriented approach in organization management, identification of possible ways of their solution and also prospects of practical implementation of this approach in the activities of domestic enterprises.

Key words: project-oriented approach, project, project management, project activity

На сегодняшний день предприятия развиваются в условиях высокой

конкуренции, динамичной и сложной внешней среде функционирования. Лишь при постоянном развитии и адаптации к изменениям организация может успешно конкурировать на рынке.

Эффективным инструментом, позволяющим своевременно реагировать на меняющиеся условия функционирования, является проектно-ориентированный подход в управлении, применение которого в деятельности предприятия позволяет увеличить его динамичность, оптимизировать структуру расходов, повысить уровень доходов и обеспечить готовность компании к организационным изменениям. Однако внедрение и реализация данного управленческого подхода сопряжены с рядом трудностей, о чем свидетельствует как отечественная, так и зарубежная практика его применения.

В связи с этим *целью работы* является исследование проблем и перспектив использования проектного подхода в управлении предприятием.

В данной работе понятия «проектный» и «проектно-ориентированный» в отношении подхода в управлении употребляются как синонимы. Под проектом понимается система мероприятий, направленная на достижение некоторой конечной уникальной цели с заданными количественными и качественными параметрами в условиях временных и ресурсных ограничений [1,2,5]. При этом проектно-ориентированный подход в управлении бизнес-структурой предполагает рассмотрение основной модели ее функционирования как системы взаимосвязанных проектов.

Проектный подход в ходе осуществления предпринимательской деятельности предполагает нахождение оптимального сочетания между сроками выполнения и затратами в целях достижения результатов проектов заданного уровня качества, что реализуется благодаря определенной организации данного процесса. В целом же проектная деятельность на предприятии подчинена четкой логике, предполагает делегирование полномочий и практически всегда сопряжена с необходимостью управления конфликтами.

На Западе управление проектами зародилось и стало развиваться во второй половине XX-го века и первоначально рассматривалось в качестве бизнес-технологии, позволяющей достичь поставленной цели быстро и с максимальной эффективностью. В настоящее время данный вид деятельности сформировался в качестве самостоятельного постоянно развивающегося научного направления, область применения которого стремительно расширяется.

Проектный менеджмент в России начал активно развиваться с начала 90-х прошлого века, чему во много способствовало вступление в 1991 году российской ассоциации управления проектами (СОВНЕТ) в международную ассоциацию «ИНТЕРНЕТ» [3]. В настоящее время методология и инструментарий управления проектами активно применяются в таких отраслях народного хозяйства нашей страны, как электроэнергетика, газовая, угольная, нефтяная промышленность, строительство, машиностроение,

металлургия и прочее.

Такое широкое распространение проектный менеджмент получил благодаря тому, что позволил многим отечественным компаниям более полно использовать свой внутренний потенциал, значительно повысить производительность труда работников разных уровней, снизить риски и неопределенность при выполнении новых видов работ, увеличив конкурентоспособность предприятия в целом, в том числе и на мировой арене.

На сегодняшний день развитие методологии проектной деятельности происходит на фоне структурных изменений в мировой экономике, а также бурного и стремительного научно-технического прогресса, что отражается на содержании самих проектов, а именно в изменениях их структуры, типов, масштабах и длительности осуществления. Меняется также состав участников проектов, которые с учетом уровня развития информационно-коммуникационных технологий могут эффективно решать стоящие перед ними задачи, находясь на значительном расстоянии друг от друга, отсюда изменения в отношениях ответственности и выполняемых функциях, системах мотивации деятельности и пр.

Особую роль в решении вопросов применения проектного подхода при управлении предприятием играет комплексная оценка уровня компетенции и профессиональных возможностей менеджмента проекта, определяемая многими экспертами в качестве ключевого фактора успеха и обоснования проекта. При проведении данной оценки необходимо учитывать:

- работоспособность управленческой команды;
- уровень квалификации и наличие практического опыта управления проектами на подобных объектах в аналогичном социально-культурном окружении;
- наличие механизмов мотивации и способов оценка их эффективности;
- наличие системы ценностей и приоритетов, единой для руководителя и участников команды проекта и соответствующей корпоративной культуре организации, а также целям проекта.

Обзор доступных для анализа литературных источников, имеющих теоретико-методологическую и научно-практическую направленность [4,5,6], позволил выделить следующие проблемы применения проектного подхода в деятельности отечественных предприятий.

К наиболее существенным из них, по нашему мнению, относится отсутствие достаточных теоретических знаний и практических навыков планирования и управления проектами у большинства руководителей среднего и высшего звена на предприятии, что заставляет прибегать к аутсорсингу и, как следствие, увеличению первоначальных затрат на реализацию данного вида управленческой деятельности.

Использование проектно-ориентированного подхода в управлении

требует знания специфической терминологии, а также широкого спектра методических приемов и инструментальных средств технического и экономического анализа. При этом в большинстве литературных источников описание методологии управления проектами имеет две крайности: либо оно приведено в очень общих чертах, что не позволяет успешно применить его на практике, либо его изложение представлено на достаточно сложном узкоспециализированной научном языке, понимание которого доступно очень ограниченному кругу лиц.

Также к числу значимых можно отнести проблему неприятия, а в некоторых случаях и отторжения сотрудниками компании изменений, связанных с внедрением данного подхода в управлении предприятием.

Таким образом, первостепенными являются трудности, связанные с человеческими ресурсами, во всех аспектах их проявления.

Решение указанных проблем заключается, по нашему мнению, в необходимости повышения компетенции высшего и среднего звена руководства в вопросах управления проектами всеми доступными с точки зрения затрат способами, в формировании эффективных систем делегирования полномочий, стимулирования и мотивации персонала.

Несмотря на всю сложность внедрения проектно-ориентированного подхода в управлении предприятием важно понимать, что его реализация на практике позволяет решить целый комплекс особенно значимых на современно этапе проблем, а именно:

- неполную загрузку производственных мощностей;
- нецелесообразное использование ресурсов, персонала, оборудования, товарно-материальных запасов;
- низкую эффективность и непрофессиональную управляемость в компании.

Проектный деятельность в организации дает возможность вместо формального выполнения регламентированных процессов сосредоточиться на координации и распределении при реализации действий, направленных на достижения конкретных целей, повысить степень индивидуализации при выполнении заказов клиентов компании, сформировать четкие и ясные критерии, а также количественно измеримые показатели оценки качества производимой продукции либо оказываемых услуг.

Проектный подход к ведению бизнеса позволяет разработать механизмы своевременного реагирования на изменения во внешней и внутренней среде компании, что достигается посредствам:

- усиления мониторинга обстановки по всем важным для предприятия направлениям,
- формирования механизмов раннего выявления возможностей (угроз), а также способов их использования (нейтрализации);
- системному анализу собранной информации;
- сценарному планированию, достаточно часто используемому в ходе

планирования и управления проектами;

- гармонизации проекта с внешней средой.

В настоящее время управление проектами применяется во многих развитых странах. Оно является неотъемлемым инструментом планирования, координации, контроля осуществления проектами и эффективным методом решения крупных научных, производственных и социальных проблем.

Использованные источники:

1. ГОСТ Р 54869-2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 22.12.2011 N 1582-ст). - М.: Стандартинформ, 2012.
2. Катаева Т.М. К вопросу об управлении образовательным процессов на основе проектного подхода // Современный взгляд на будущее науки: сборник статей МНПК (25 апреля 2015г., г. Уфа). -2ч.Ч1. – Уфа: Аэтерна, 2015 г. – С. 95-98.
3. СОВНЕТ объединяет профессионалов в области управления проектами [Электронный ресурс] / Официальный сайт Национальной ассоциации управления проектами. URL: http://www.sovnet.ru/about/ (дата обращения 28.12.2015)
4. Управление проектами: справочник для профессионалов / Под. ред. А.В. Цветкова, В.Д. Шапиро. – 2-е изд., перераб. и доп. – М: ОМЕГА-Л, 2010. – 1280 с.
5. Управление проектами: учебник для бакалавров / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под ред. Е. М. Роговой. — М: Издательство Юрай, 2013. — 383 с.
6. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони и др.; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 640 с.

Кечаева М.С.
студент 4 курс
специальность «Финансы и кредит»
Никулин А.Н., к.ф.-м.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»
Россия, г. Ульяновск

ОБРАЗ СЛУЖАЩЕГО В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ СОВРЕМЕННОГО МИРА

Статья посвящена дресс-коду банковского служащего. Проводится анализ банковского стиля и имиджа его работников.

Ключевые слова: банковский работник, банковский стиль, внешний вид, имидж.

The article is devoted to the dress code of a bank employee. The analysis of banking style and image of its employees.

Keywords: bank employee, bank style, appearance, image

«Банковский работник современного времени, каков он?» У каждого банка существует свой корпоративный стиль, благодаря которому можно сразу же узнать родной банкомат или офис. К тому же от стиля зависит отношение клиентов к организации в целом, ведь встречают всегда по одежде. Так, одной из составляющих банковского стиля является имидж его сотрудников.

Специфика банковского дела выделяет несколько компонентов образа банка. К ним можно отнести респектабельность, профессионализм в работе, процветание компании и постоянный рост количества клиентов. И здесь внешний вид учреждения занимает ведущее положение, особенно когда речь идет о самопрезентации. Для достижения намеченных целей руководители предъявляют специальные требования к имиджу сотрудников как к части внешнего вида учреждения. Именно имидж сотрудников помогает составить клиентам образ банка и позволяет понять, готовы ли они доверить свои средства данной организации.

Особенно важно позаботиться о стиле тех сотрудников, которые постоянно контактируют с клиентами. Поэтому если вы решили устроиться на работу в конкретный банк, можно заранее ознакомиться с имиджем его сотрудников. Такая подготовка поможет при собеседовании и дальнейшей работе.

Существует миф, что в каждом банке сотрудники имеют слишком строгий вид в одежде. Это не так. Но обязательно на важных переговорах с партнерами или клиентами применяется офисный стиль в одежде преимущественно темных тонов, используются дорогие фирменные папки и ручки, желательно с логотипом банка.

Банковский стиль предполагает ношение работниками деловых костюмов, для женщин возможны деловые платья. Но в каждой организации существуют свои стандарты имиджа, которые прописаны в банковском Кодексе. С ними можно ознакомиться в средствах массовой информации или на собеседовании.

К общим требованиям по внешнему виду сотрудников можно отнести:

1. Опрятный внешний вид;
2. Аккуратная стрижка или прическа, причем цвет волос должен быть натуральных оттенков;
3. Мужчины должны быть побриты;
4. Обувь должна быть начищена;
5. Носить одежду нужно спокойных тонов без ярких красок, за исключением фирменных цветов;

6. Обязательное ношение бейджей с именем для работников, встречающихся с клиентами (например, специалистам по кредитованию, управлению по работе с клиентами или операционистам);

7. У сотрудников должны быть обязательно прикрыты плечи;

8. Яркий макияж на работе не допустим;

9. Не должно быть ярких вызывающих украшений, если только это не элементы корпоративной формы[1].

Стиль банка всегда отражается на имидже сотрудников. Существует несколько видов стилей, по средствам которых достигается наилучший результат.

Агрессивный стиль применяется в банках, целевой аудиторией которых являются мужчины или женщины, ведущие активный образ жизни. В таких учреждениях часто проводятся акции для молодых семей или начинающих бизнесменов. В банке с агрессивным стилем используют динамичные, резкие формы, применяются яркие цвета. Имидж банковских сотрудников тоже заключается в более свободной одежде, соответствующей банковскому стилю.

Позитивный стиль существует для банков, обслуживающих в большинстве своем женщин или молодых людей. Фирменные цвета таких банков теплые, а костюмы сотрудников умеренно нарядные, допускаются бабочки, брошки, красивые прически. После похода в отделение банка в позитивном стиле, создается ощущение праздника, иногда умиления. Нейтральный стиль применяется в банках, чьи услуги сложно отнести к какой-либо определенной социальной группе. Это самый распространенный стиль для банков, работающих на рынке потребителей физических лиц[2].

К сожалению, в России нет ярких представителей агрессивного или позитивного стилей. Большинство офисов придерживаются нейтрального стиля, выделяясь не имиджем сотрудников, а оказываемыми услугами, количеством предложений и стабильностью.

Использованные источники:

1. Имидж сотрудников [электронный ресурс] http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/61d0f16a-4991-11dc-8314-0800200c9a66/site/4.htm (дата последнего обращения 17.12.15)

2. Кодекс корпоративной этики банка [электронный ресурс] http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/61d0f16a-4991-11dc-8314-0800200c9a66/site/4.htm (дата последнего обращения 17.12.15)

Кирова Т.Е.
студент 4 курса
Финансово-Экономический Институт
Россия, г. Якутск

МЕТОДЫ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена методам рейтинговой оценки финансового состояния предприятия. В статье рассмотрены такие методы как методика Дюрана, а также модель О.П. Зайцевой.

Ключевые слова: рейтинг, оценка, финансовое состояние,

This article is devoted to the methods of rating the financial condition of the companies. The article describes methods such as the Duran's method of and the model of O.P Zaitseva.

Keywords: rating, evaluation, financial condition.

В цивилизованных странах с развитой экономической системой законодательство о несостоятельности (банкротстве) является необходимым элементом механизма правового регулирования рыночных отношений. Учитывая многообразие финансовых процессов, множественность показателей финансового состояния, различия в уровне критических оценок, складывающуюся степень отклонения от них фактических значений коэффициентов и возникающих в связи с этим сложностей в общей оценке финансового положения предприятия, рекомендуется проводить рейтинговую оценку его финансового состояния.

При анализе финансовой отчетности, для определения уровня финансовой устойчивости в долгосрочной перспективе и риска банкротства, проводят анализ платежеспособности предприятия по методике Д. Дюрана. Методика Д. Дюрана представляет собой интегральную оценку финансовой устойчивости на основе скорингового анализа.

Таблица 1- Группировка предприятий на классы по уровню платежеспособности

Показатель	Границы классов согласно критериям				
	I класс	II класс	III класс	IV класс	V класс
Рентабельность активов, %	30% и выше-50 баллов	29,9-20%-(49,9-35 баллов)	19,9-10%-(34,9-20 баллов)	9,9-1%-(19,9-5 баллов)	Менее 1%-0 баллов
Коэффициент текущей ликвидности	2,0 и выше-30 баллов	1,99-1,7-(29,9-20 баллов)	1,69-1,4-(19,9-10 баллов)	1,39-1,1-(9,9-1 балла)	1 и ниже 0 баллов
Коэффициент автономии	0,7 и выше-20 баллов	0,69-0,45-(19,9-10 баллов)	0,44-0,3-(9,9-5 баллов)	0,29-0,2-(5-1 баллов)	Менее 0,2-0 баллов
Границы классов	100 баллов	99-65 баллов	64-35 баллов	34-6 баллов	0 баллов

В соответствии с этой моделью предприятия имеют следующее распределение по классам:

I — предприятия с хорошим запасом финансовой устойчивости, позволяющим быть уверенным в возврате заемных средств;

II — предприятия, демонстрирующие некоторую степень риска по задолженности, но еще не рассматриваются как рискованные;

III — проблемные предприятия;

IV — предприятия с высоким риском банкротства даже после принятия мер по финансовому оздоровлению;

V — предприятия высочайшего риска, практически несостоятельные.

Следующим способом определения уровня финансовой устойчивости предприятия является модель О.П. Зайцевой для оценки риска банкротства предприятия имеет вид:

К = 0,25Х1 + 0,1Х2 + 0,2Х3 + 0,25Х4+ 0,1Х5 + 0,1Х6

где, Х1 = Куп – коэффициент убыточности предприятия, характеризующийся отношением чистого убытка к собственному капиталу;

Х2 = Кз – коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности;

Х3 = Кс – показатель соотношения краткосрочных обязательств и наиболее ликвидных активов, этот коэффициент является обратной величиной показателя абсолютной ликвидности;

Х4 = Кур – убыточность реализации продукции, характеризующийся отношением чистого убытка к объёму реализации этой продукции;

Х5 = Кфл – коэффициент финансового левериджа (финансового риска) – отношение заемного капитала (долгосрочные и краткосрочные обязательства) к собственным источникам финансирования;

Х6 = Кзаг – коэффициент загрузки активов как величина, обратная коэффициенту оборачиваемости активов – отношение общей величины активов предприятия (валюты баланса) к выручке.

Для определения вероятности банкротства необходимо сравнить фактическое значение Кфакт с нормативным значением (Кn), которое рассчитывается по формуле:

Кn = 0,25 * 0 + 0,1 * 1 + 0,2 * 7 + 0,25 * 0 + 0,1 * 0,7 + 0,1 * Х6прошлого года

Если фактический коэффициент больше нормативного Кфакт > Кn, то крайне высока вероятность наступления банкротства предприятия, а если меньше - то вероятность банкротства незначительна.

Использованные источники:

1. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: Учебник / М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет; под общ. ред. М.И. Баканова. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 536 с.

2. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: Учебник / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА - М, 2008. - 208с.

Колесник В. С., к.э.н.
доцент
Халявка И. Е., к.э.н.
доцент
Ляшко А. А.
студент 4-го курса
ФГБОУ ВПО «КубГАУ»
Россия, г. Краснодар

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация*: В статье приведены результаты комплексного рейтингового анализа двух предприятий Краснодарского края, включающем три этапа; выявлены основные факторы, снижающие или повышающие инвестиционную привлекательность.*

Ключевые слова*: рейтинговая оценка, положение на рынке, экономический рост, коэффициент Спирмена, кредитоспособность, матричный диагностический анализ, интегральный стандартизированный коэффициент инвестиционной привлекательности.*

Инвестиции финансовых инвесторов и стратегическое инвестирование являются основными формами привлечения инвестиций в акционерный капитал предприятия.

Инвестиционная привлекательность предприятия – это характеристика хозяйствующего субъекта, определяющая целесообразность инвестирования средств в развитие его бизнеса. Инвестиционная привлекательность зависит от множества факторов, включая политико-экономическую ситуацию в стране, регионе, совершенство законодательства и судебной власти, уровень коррупции в регионе, состояние отрасли, квалификацию персонала, экономические показатели и т.д.

Инвестиционную привлекательность предприятия определяет ряд внутренних и внешних факторов. Внутренними факторами являются экономический и рыночный потенциал. К внешним факторам инвестиционной привлекательности относятся: экологическая ситуация в стране и регионе; уровень экономического развития; социально-демографическая ситуация; политико-правовой режим, а также уровень конкуренции, емкость рынка, структура отрасли, уровень спроса, покупательная способность потребителей.

Успешное развитие бизнеса – это следствие целесообразного менеджмента, организованного на использовании информации о возможностях предприятия. Отдельно следует выделить такой фактор инвестиционной привлекательности, как деловая репутация (гудвилл) – это преимущества предприятия, т.е. деловая репутация, представляет собой предысторию экономической деятельности предприятия, устойчивость его имиджа. Если за предприятием закрепилась устойчивая репутация как надежного партнера, то это является залогом его добропорядочного

поведения в будущем и надежного партнера по инвестиционной деятельности. Основой служат данные финансовой отчетности, официальной статистики и экономических периодических изданий.

Объектами проводимого исследования являются две организации, производящие сельскохозяйственную продукцию: ОАО «Кавказ» Староминского района и ЗАО им. Т.Г. Шевченко Тбилисского района.

ОАО «Кавказ» функционирует на рынке с 07.12.2007 года и за это время успела зарекомендовать себя как надежный партнер. Организация является одной из крупнейших сельхозпроизводителей в Староминском районе. У ОАО «Кавказ» устойчивые и длительные экономические связи с «ТК «Сахар», ООО ТД «Доминант», ООО «Снаб-Сервис», ООО «Автокомплект», ЗАО НПП «Агро-Плюс», ООО «Агровиза ПКФ», ООО «Альтаир СМ», ЗАО «Премикс», ОАО «Алмаз», ООО «Сельхоз Агро», ЗАО «СК Ленинградский». Показатели финансового положения организации имеют исключительно хорошие значения:

– чистые активы превышают уставный капитал, при этом в динамике наблюдается увеличение чистых активов;

– коэффициент текущей ликвидности соответствует нормативному значению;

– соответствие критериям абсолютной финансовой устойчивости.

В целом, за 2013-2014 гг. финансовое состояние ОАО «Кавказ» характеризуется как устойчивое.

ЗАО им. Т.Г. Шевченко создано 10.12.1991 г. путем преобразования колхоза имени Шевченко. Объем реализации продукции, работ, услуг составил 716 080 тыс. руб., в том числе продукция животноводства – 230 650 тыс. руб., растениеводства – 344 405 тыс. руб. Чистая прибыль от финансово-коммерческой деятельности составила 52 795 тыс. руб. Рентабельность в целом по хозяйству составляет 14%. В 2013-2014 гг. ЗАО им. Т. Г. Шевченко работало по единому сельскохозяйственному налогу для сельхозтоваропроизводителей.

Поскольку в настоящее время не существует универсальной методики определения инвестиционной привлекательности предприятия и прочие заинтересованные лица зачастую используют комплексные методики анализа и оценки финансового состояния и инвестиционной привлекательности [2], учитывающие важнейшие показатели хозяйственной деятельности организации и ее позиции на рынке.

В качестве универсальной методики анализа и оценки инвестиционной привлекательности предлагается использовать методику рейтинговой оценки деятельности исследуемых организаций, основанную на комбинированном подходе, сочетающем применение анализа показателей – производных от рыночной капитализации организаций и анализа финансово-экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов.

Оценка инвестиционной привлекательности проводится по данным бухгалтерской отчетности исследуемых предприятий за 2014 год.

Методика оценки включает три основных этапа: предварительный, основной и контрольный. На предварительном этапе проводится анализ и делается промежуточная оценка инвестиционной привлекательности на основе качественных характеристик организации. На основном этапе выполняется анализ и дается комплексная оценка инвестиционной привлекательности предприятия с использованием системы финансово-экономических показателей. На контрольном этапе выполняется заключительная оценка инвестиционной привлекательности на основе финансово–экономических показателей и качественных характеристик организации.

Первый этап заключается в анализе качественных характеристик организации и ее положения на рынке. По итогам первого этапа можно заключить, что обе организации характеризуются узким ассортиментом продукции высокого качества, которая реализуется по различным каналам сбыта. Также деятельность обеих организаций сильно подвержена фактору сезонности. Практически отсутствует зависимость от крупных покупателей и поставщиков. Отзывы партнеров по бизнесу положительны. Деятельность ОАО «Кавказ» достаточно широко освещается в СМИ (чего не скажешь о ЗАО им. Т.Г. Шевченко). Обе организации имеют длительные хозяйственные связи с постоянными покупателями и поставщиками. Нормативная база предприятий характеризуется высокой степенью детализации, регулирующей порядок принятия управленческих решений. При этом в ОАО «Кавказ» ведется работа по бизнес-планированию. Все указанные факторы оцениваются по пятибалльной шкале с учетом весового коэффициента. В результате ОАО «Кавказ» на первом этапе «зарабатывает» 4,1 балла, а ЗАО им. Т.Г. Шевченко – 3,5 балла (при максимуме 5,0). На основе этой информации уже можно сделать предварительный вывод об относительно высокой инвестиционной привлекательности ОАО «Кавказ» и невысокой привлекательности ЗАО им. Т. Г. Шевченко.

Основной этап анализа и оценки инвестиционной привлекательности предприятия включает четыре шага. На первом шаге основного этапа проводится анализ и оценка пропорциональности экономического роста.

Развитие (экономический рост) предприятия отражается в изменениях экономических показателей его деятельности. Данное соответствие исследуется с помощью динамического ряда на основании подхода, основанного на применении коэффициента Спирмена.

Нормативный ряд темпов роста показателей развития организации выглядит следующим образом:

$$ТрЧП > ТрПП > ТрВ > ТрСБ, \quad (1)$$

где *ТрЧП* – темп роста чистой прибыли; *ТрПП* – темп роста прибыли от продаж; *ТрВ* – темп роста выручки; *ТрСБ* – темп роста себестоимости продукции.

На основании фактических данных о темпах роста финансово-экономических показателей составляется их динамический ряд и его

сопоставляют с нормативным рядом. По данным ОАО «Кавказ» указанное соотношение выглядит следующим образом:

$$164{,}58 > 161{,}38 > 145{,}83 > 137{,}79.$$

У ЗАО им. Т. Г. Шевченко несколько иное соотношение указанных показателей:

$$171{,}70 < 235{,}50 > 133{,}08 > 125{,}06.$$

Таким образом, фактический ряд темпов роста финансово-экономических показателей соответствует нормативному только у ОАО «Кавказ».

На втором шаге основного этапа анализируется кредитоспособность организации, так как инвесторов в первую очередь интересует именно способность погашать свои обязательства. В основу анализа кредитоспособности предлагаем положить методику Сбербанка России для оценки финансового состояния заемщика, которая проводится с учетом тенденций в изменении финансового состояния и факторов, влияющих на эти изменения [3]. В соответствии с методикой Сбербанка количественный анализ финансового состояния заемщика предполагает анализ и оценку следующих групп оценочных показателей:

– коэффициентов ликвидности;
– коэффициентов финансовой устойчивости;
– показателей рентабельности.

При кредитовании банк-инвестор при прочих равных условиях выберет того заёмщика, уровень перечисленных показателей у которого выше. По данным 2014 г. уровень коэффициента текущей ликвидности у ОАО «Кавказ» составлял 3,12, у ЗАО им. Т. Г. Шевченко – 1,47; коэффициент соотношения собственных и заемных средств достигал соответственно 2,57 и 1,80; уровень рентабельности продаж (%) характеризовался значениями 31,07 и 12,84. Следовательно, с позиции абсолютных показателей кредитоспособности ОАО «Кавказ» также выглядит более привлекательно по сравнению с ЗАО им. Т. Г. Шевченко.

Далее рассчитанным коэффициентам ликвидности, устойчивости и рентабельности присваивают категории (от 1 до 5) и удельные веса значимости, на основе которых определяется балльная характеристика финансового состояния организации. На основе рассчитанной суммы баллов определяется класс организации и оценивается рейтинг кредитоспособности (кредитный рейтинг заёмщика).

Сумма баллов ОАО «Кавказ» равна единице, поэтому оно относится к первому классу кредитоспособности. Сумма баллов ЗАО им. Т. Г. Шевченко равна 2,64. Оно относится к пятому, последнему, классу кредитоспособности. Это означает, что, при прочих равных условиях, банк выдаст кредит ОАО «Кавказ», нежели ЗАО им. Т. Г. Шевченко.

На третьем шаге основного этапа анализа и оценки инвестиционной привлекательности организаций необходимо определить, в какой мере предприятие приблизилось к наивысшему уровню использования ресурсов и

эффективности деятельности.

Наиболее приемлемым методом на этом этапе представляется матричный диагностический анализ [4]. Суть его сводится к построению динамической матричной модели, элементами которой являются индексы характеристик деятельности предприятия, объединенные в три группы:

– конечные, характеризующие результат деятельности: прибыль от продаж, выручку от продаж;

– промежуточные, характеризующие производственный процесс и его результат: себестоимость продаж;

– начальные, характеризующие объем используемых ресурсов: оборотные активы, основные средства, среднесписочную численность работников.

На четвертом шаге анализа инвестиционной привлекательности организации проводится оценка качества прибыли. Качество прибыли характеризует система показателей: рентабельность продаж, чистая рентабельность продаж, финансовый леверидж, соотношение собственного и заемного капитала. Оценка качества прибыли определяется как сумма баллов по каждому показателю. По данным ОАО «Кавказ» качество прибыли оценивается в 1,7 балла (рентабельность продаж (31,07 %, или 0,4 балла) + чистая рентабельность продаж (26,87 %, или 0,3 балла) + соотношение собственного и заемного капитала (5,74, или 1,0 балл)). Качество прибыли ЗАО им. Т. Г. Шевченко оценено в 1,3 балла (соответственно 12,84 % (0,2 балла) + 7,34 (0,1 балла) + 5,84 (1,0 балл)).

4. В целом, система оценочных критериев инвестиционной привлекательности исследуемых предприятий выглядит следующим образом. В ОАО «Кавказ» пропорциональность экономического роста оценивается 5 баллами (удельный вес значимости 0,2), кредитоспособность – 5 баллами (удельный вес значимости 0,3), качество прибыли – 1,7 балла (удельный вес значимости 0,2), эффективность деятельности и использования ресурсов – 3,9 балла (удельный вес значимости 0,3). Итоговая сумма баллом по данным ОАО «Кавказ» составила 4,01. Те же параметры в ЗАО им. Т. Г. Шевченко оценивались соответственно 4; 1; 1,3 и 2,1 балла, что дало в итоге 1,99 балла.

На последнем, контрольном, этапе проведения анализа инвестиционной привлекательности организации дается заключительная оценка, которая основана на интегральном стандартизированном коэффициенте инвестиционной привлекательности.

Итоговый интегральный стандартизированный коэффициент инвестиционной привлекательности рассчитывается по формуле средневзвешенной арифметической [1]:

$$K_{инв.\ привлек.} = X1 \times a1 + X2 \times a2, \qquad (2)$$

где *X1* – показатель промежуточной оценки инвестиционной привлекательности организации на основе анализа его качественных характеристик; *X2* – показатель итоговой оценки инвестиционной привлекательности организации на основе анализа финансово-экономических показателей; *a1* - весовой коэффициент оценочного критерия *X1*; *a2* – весовой коэффициент оценочного критерия *X2*.

5. Весовые коэффициенты оценочных критериев устанавливаются экспертным путем. В сумме они должны составлять единицу. Поскольку анализ финансово-экономических показателей организации имеет большую значимость, чем анализ его качественных характеристик, предлагаем использовать значения 0,3 и 0,7 в качестве весовых коэффициентов оценочного критерия *X*. Итоговое заключение об уровне инвестиционной привлекательности организации зависит от значения интегрального стандартизированного коэффициента инвестиционной привлекательности исследуемых организаций ОАО «Кавказ» и ЗАО им. Т. Г. Шевченко:

6. ОАО «Кавказ»: $К_{инв.\ привлек.} = 4{,}1 \times 0{,}3 + 4{,}01 \times 0{,}7 = 4{,}04$;

7. ЗАО им. Т. Г. Шевченко: $К_{инв.\ привлек.} = 3{,}5 \times 0{,}3 + 1{,}99 \times 0{,}7 = 2{,}44$.

8. Поскольку коэффициент инвестиционной привлекательности в ОАО «Кавказ» равен 4,04, то мы можем сделать вывод о том, что предприятие обладает необходимым и достаточным уровнем инвестиционной привлекательности, однако следует выяснить, по каким не был получен максимальный бал, определить степень их значимости и попытаться исправить положение. В ЗАО им. Т.Г. Шевченко коэффициент инвестиционной привлекательности равен 2,44, что более чем на 50 % меньше возможного максимума, поэтому предприятие в данных условиях не является привлекательным для потенциальных инвесторов. Таким образом, с помощью представленного усовершенствованного методического подхода возможно определение инвестиционной привлекательности, как с позиции инвестора, так и с позиции организации.

Использованные источники:

1. Трясцина, Н. Ю. Методика анализа и оценки инвестиционной привлекательности организаций / Н. Ю. Трясцина // Бухучет в сельском хозяйстве. – №2. – 2015. – С. 77-86.
2. Ендовицкий, Д. А. Мотивационный подход в анализе инвестиционной привлекательности компании – цели слияния/поглощения / Д. А. Ендовицкий, В. Е. Соболева // Экономический анализ: теория и практика. – № 4 (109). – 2008. – С. 2-9.
3. Ендовицкий, Д. А. Экономический анализ слияний/поглощений компаний / Д. А Ендовицкий, В. Е. Соболева. – М.: КноРус, 2010. – 440 с.
4. Парамонов П. Ф. Экономика организаций: учеб. пособие /

П. Ф. Парамонов, В. С. Колесник, И. Е. Халявка. – Краснодар, 2013. – 269 с.

Колесник В. С., к.э.н.
доцент
Халявка И. Е., к.э.н.
доцент
Кургинян М. А.
студент 4-го курса
ФГБОУ ВПО «КубГАУ»
Россия, г. Краснодар

ФАКТОРНЫЕ МОДЕЛИ АНАЛИЗА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация*: В статье приведены результаты факторного анализа уровня рентабельности группы предприятий Краснодарского края, выявлены основные причины роста (снижения) их результативности, предложены мероприятия по использованию резервов увеличения эффективности основной деятельности.*

Ключевые слова*: экономическая эффективность, факторы, резервы, рентабельность активов, рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала, модель «DuPont».*

Показатели рентабельности демонстрируют, насколько прибыльна деятельность предприятия. Соответственно чем выше уровень рентабельности, тем успешнее функционирует организация. Поэтому любой компании необходимо стремиться к более высоким показателям доходности, при этом руководство должно определять конкретные пути их роста.

Рентабельность характеризует прибыльность (выгодность) работы предприятия в целом, прибыльность различных направлений деятельности, прибыльность производства отдельных видов продукции, услуг. Показатели рентабельности используют не только для оценки эффективности деятельности предприятия, но и как инструмент в ценообразовании, в инвестиционной политике [1].

Многообразие показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей ее повышения. Важно разделять влияние внешних и внутренних факторов. В целом, одним из условий процветания предприятия является расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары, но это не всегда так. Поэтому внимания этому внешнему фактору следует уделять меньше, чем внутренним: увеличению объемов производства, снижению себестоимости продукции, повышению отдачи основных средств [3].

Проводя обзор методик анализа рентабельности, необходимо принимать во внимание следующее:

– при низкой рентабельности продаж необходимо стремиться к ускорению оборота активов;

– отдача собственного капитала повышается при увеличении доли

заемных средств в составе совокупного капитала;

– рентабельность активов тем выше, чем выше прибыльность продукции, чем выше отдача внеоборотных активов и скорость движения оборотных активов, чем ниже общие затраты на единицу продукции и удельные затраты на экономические факторы производства (средства труда, предметы труда, сам труд).

Следует заметить, что на уровень и динамику показателей рентабельности оказывает влияние вся совокупность производственно-хозяйственных факторов: уровень организации производства и управления; структура капитала и его источников; степень использования производственных ресурсов; объем, качество и структура продукции; затраты на производство и себестоимость изделий; прибыль по видам деятельности и направления ее использования [2].

В целом, финансовое положение предприятия характеризуется имущественным потенциалом, уровнем ликвидности и финансовой устойчивости, рентабельности и деловой активности. Рассмотрим динамику рентабельности и факторы, её определяющие, на примере пяти организаций: ОАО «Восход», ОАО «За мир», ОАО «Им. Кирова», ЗАО «Колос», ОАО «Кубань». Все предприятия находятся в северной части Краснодарского края. Основной вид деятельности предприятий – производство сельскохозяйственной продукции (в растениеводстве и животноводстве). Период исследования 2013-2014 гг.

Прежде всего, нами были определены показатели доходности продукции, имущества и капитала изучаемых организаций и проведен их сравнительный анализ. Показатели рентабельности продукции и рентабельности продаж достаточно сильно коррелируют друг с другом. Причем максимальные значения этих показателей в 2014 г. достигаются в ОАО «Кубань» (28,67 % и 21,23 % соответственно), а минимальные – в ОАО «За мир» (3,92 % и 3,78 %). По показателям доходности имущества позиции лидера и аутсайдера не меняются (так, в ОАО «Кубань» уровень рентабельности совокупных активов в исследуемом периоде достигал 3,19 %, в ОАО «За мир» – только 0,57 %). В целом по России в 2013 г. уровень рентабельности активов достигал 6,5%. При этом следует заметить, что по данным зарубежных исследований рентабельность активов должна находиться на уровне не ниже 18-20%, что, в свою очередь, значительно выше даже среднероссийского уровня. Уровень рентабельности внеоборотных активов минимален в ОАО «Им. Кирова» (1,73 %). Рентабельность оборотных активов достигает своего максимума в исследуемой совокупности в ОАО «Кубань» (8,48 %) и характеризуется низкими значениями в ОАО «За мир» и ОАО «Им. Кирова» (0,80 % и 0,97 % соответственно). Достаточно низок уровень рентабельности собственного капитала в исследуемых организациях: ОАО «Кубань» – 4,32 %, ЗАО «Колос» – 3,61 %, ОАО «Восход» – 3,97 %, ОАО «Им. Кирова» – 1,04 %, ОАО «За мир» – 0,65 %.

Далее выясним, какие факторы определяли уровень тех или иных показателей рентабельности по пяти изучаемым сельскохозяйственным предприятиям. В самом общем случае на рентабельность продаж влияют объем выручки от продажи продукции и уровень себестоимости производства и реализации.

В трех организациях (ОАО «Им. Кирова», ОАО «За мир» и ОАО «Восход») уровень рентабельности продаж за 2013-2014 гг. снизился. При этом в двух из этих организаций (ОАО «Им. Кирова» и ОАО «За мир») решающим фактором, обусловившим в итоге сокращение доходности продаж, стал рост затрат. В ОАО «Восход» рентабельность продаж сократилась исключительно из-за снижения цен на проданную продукцию. В ОАО «Кубань» общий уровень рентабельности продаж вырос на 4,57 %, в том числе на 7,81 % из-за уменьшения затратоемкости продукции (фактор выручки повлиял отрицательно). В ЗАО «Колос» наблюдалась противоположная картина: положительное влияние роста цен и объема продаж (на +6,66 %) нивелировало отрицательное влияние увеличения себестоимости (-5,82 %), как результат – прирост рентабельности продаж на 0,84 %.

Поскольку рентабельность активов является индикатором общей эффективности деятельности организации, далее рассмотрим влияние оборачиваемости активов и рентабельности продаж (по чистой прибыли) на доходность совокупных активов. В трех из пяти организаций за 2013-2014 гг. наблюдался прирост рентабельности имущества (в ОАО «Им. Кирова» (на 0,59 %), ЗАО «Колос» (на 4,54 %) и ОАО «Кубань» (на 5,14 %)). Причем во всех трех случаях на эту динамику положительно влияет фактор чистой рентабельности продаж. В ОАО «Им. Кирова» положительное влияние также отмечалось и по фактору оборачиваемости активов, в то время как по данным ЗАО «Колос» и ОАО «Кубань» этот фактор отрицательно влиял на доходность имущества. В ОАО «За мир» и ОАО «Восход» уровень рентабельности совокупных активов снизился (соответственно на 3,99 % и 2,56 %): причем в ОАО «За мир» это снижение обусловлено исключительно снижением рентабельности продаж, а в ОАО «Восход» – уменьшением уровня деловой активности.

Заключительным этапом является изучение влияния факторов на рентабельность собственного капитала по модели «DuPont», согласно которой на уровень финансовой рентабельности воздействуют «кредитное плечо», рентабельность продаж и оборачиваемость активов.

Как и на предыдущем этапе в трех организациях из пяти уровень рентабельности собственного капитала вырос: в ОАО «Им. Кирова» (на 0,63 %), ЗАО «Колос» (на 9,88 %) и ОАО «Кубань» (на 7,14 %). Во всех этих организациях на указанную динамику положительно повлиял показатель рентабельности продаж (по чистой прибыли). Наибольшее воздействие этот фактор оказал на результативный показатель в ЗАО «Колос» (+10,61 %) и ОАО «Кубань» (+10,75 %). В этих двух организациях также положительное

воздействие на уровень рентабельности собственного капитала оказал коэффициент финансовой зависимости. Но его влияние было незначительным (менее 0,20 %) и оно было полностью «перекрыто» отрицательным воздействием оборачиваемости активов. В свою очередь, в ОАО «Им. Кирова» фактор «кредитного плеча» оказал отрицательное воздействие на финансовую рентабельность, что, опять-таки было «нивелировано» ростом оборачиваемости активов организации. В ОАО «За мир» и ОАО «Восход» наблюдалось снижение рентабельности собственного капитал: на 4,35 % и 3,19 % соответственно. И если в ОАО «За мир» в наибольшей степени на указанную тенденцию повлиял фактор рентабельности продаж (-4,56 %), то в ОАО «Восход» таким «влиятельным» фактором стала оборачиваемость активов (-10,44 %).

В результате проведенного анализа базовых показателей рентабельности деятельности коммерческих организаций мы выделили следующие наиболее важные факторы, влияющие на уровень доходности:

– цена и объем реализации;
– затраты на производство и реализацию продукции;
– величина используемых активов;
– соотношение собственного и заемного капитала.

Можно рекомендовать следующие направления роста рентабельности в рамках исследуемой совокупности предприятий:

– снижение затрат на производство и реализацию продукции;
– наращивание объемов выпуска продукции;
– рост цен на продукцию в результате улучшения ее качества;
– улучшение использования производственных фондов;
– совершенствование структуры капитала и источников его формирования;
– повышение уровня организации производства и управления.

Использованные источники:

1. Парамонов П. Ф. Экономика организаций: учеб. пособие / П. Ф. Парамонов, В. С. Колесник, И. Е. Халявка. – Краснодар, 2013. – 269 с.
2. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник / Под ред. Е. С. Стояновой. – М.: Перспектива, 2010. – 656 с.
3. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Под ред. Г.Б. Поляка. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 758 с.

Конорева К.В.
студент 3 курса
кафедра управления персоналом
ФГБОУ ВПО НИУ «Белгородский государственный университет»
Россия, г. Белгород

УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО РОЛЬ

Люди являются главным звеном, неотъемлемой частью и основным ресурсом организации. Без них организация не существует. Именно по этой причине управление персоналом играет ключевую роль для всех современных компаний.

Эффективная работа и получение максимальной прибыли являются целью почти каждой организации. Но достичь высоких показателей в условиях современной рыночной экономики с характерной для неё жесткой конкуренцией и постоянно меняющимися условиями не всегда возможно. Данный факт также связан с тем, кто работает в той или иной компании, каким образом проводится политика управления деятельностью её сотрудников. Поэтому концепция правильного управления трудовыми ресурсами очень важна для любого бизнеса или производства.

Обычно под управлением трудовыми ресурсами организации понимают стремление предприятия нанять и удержать у себя на работе наиболее высококвалифицированных сотрудников. При этом компания старается минимизировать расходы по финансированию их труда, стремясь к максимальной отдаче со стороны работников с целью получения наибольшей прибыли [1].

Управление персоналом организации, как процесс, включает в себя ряд компонентов (рис. 1).

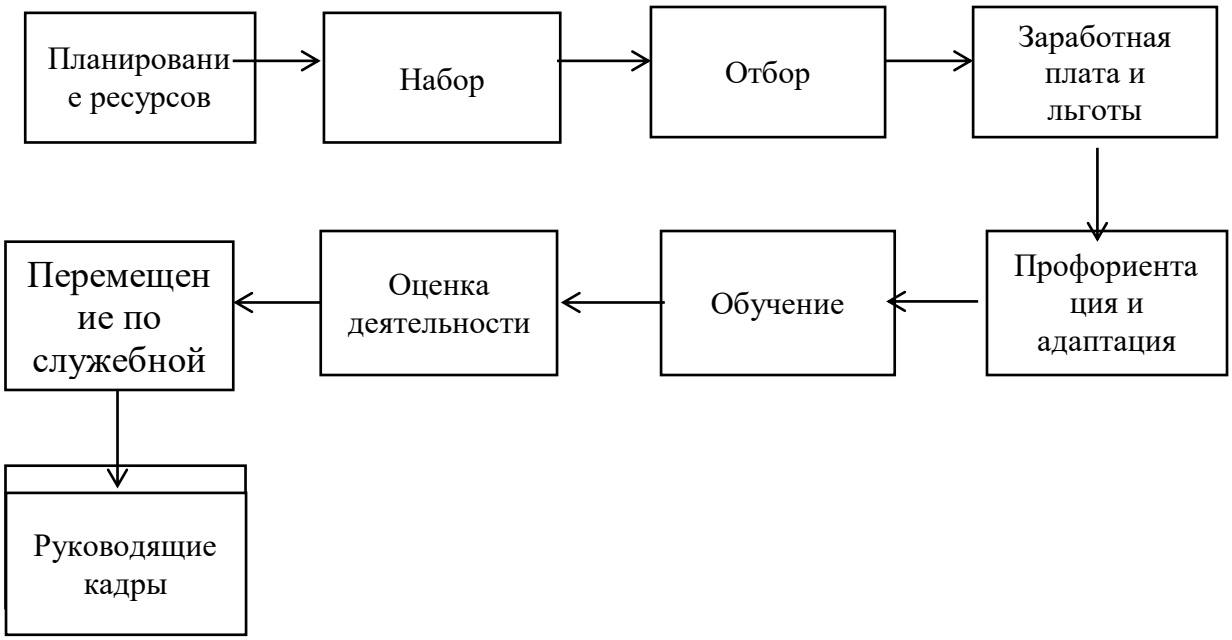


Рис. 1. Компоненты управления трудовыми ресурсами.

Рассмотрим каждый из этих компонентов подробно.

1. Планирование ресурсов. На этом этапе руководитель определяет потребность в необходимых трудовых ресурсах, исходя из стратегических целей организации. В частности, определяет, какое количество людей нужно сегодня для выполнения конкретной операции и какими качественными характеристиками эти люди должны обладать.

2. Набор персонала. Этот этап заключается в поиске кандидатов на конкретные позиции и отбор наиболее подходящих из них по критериям, которые были определены на первом этапе (качественным и количественным). Набор производится с помощью объявлений или при участии агентств по трудоустройству. Также набор можно проводить внутри организации за счет повышения потенциальных сотрудников в должности по служебной лестнице.

3. Отбор. На этом этапе осуществляется отбор наиболее подходящих работников из потенциальных кандидатов. Отбирается тот человек, который наиболее соответствует выделенным критериям. Учитывается образование, опыт, профессиональные навыки, личные качества. Отбор кадров осуществляется, в первую очередь, с помощью собеседований, а также посредством тестирования или при участии специализированных центров оценки персонала.

4. Заработная плата и льготы. Вознаграждение за труд работник получает в виде заработной платы, которая для него очень важна. Размер заработной платы определяется условиями на рынке труда и прибыльности организации. Помимо заработной платы, средством мотивации для работника могут выступать предоставляемые организацией льготы. К ним относятся: оплата больничных, отпусков, медицинское страхование, пенсионное обеспечение, оплата обучения детей сотрудников и другое.

5. Профориентация и адаптация. Профессиональная ориентация и адаптация персонала является первым этапом в повышении эффективности труда. Адаптация – это приспособление человека к организации, а профориентация представляет собой обучение работника специальным навыкам для более продуктивной деятельности.

6. Обучение. Обучение персонала является неотъемлемой частью работы с персоналом в организации, так как имеет своей целью повышение компетентности трудовых ресурсов. В этот этап входят повышение квалификации, обучение по разработанным учебным программам и переподготовка работников.

7. Оценка деятельности. Оценка результатов трудовой деятельности определяет, насколько эффективно выполняются обязанности, какова степень эффективности труда и соответствие сотрудника занимаемой должности. Этот этап позволяет выявить наиболее перспективных работников.

8. Перемещение по служебной лестнице. Данный этап может

выражаться в следующих операциях: повышение или понижение в должности, перевод или увольнение. Он включает продвижение по службе тех, кто может эффективно выполнять свои обязанности на новой должности; перевод на другую должность или понижение в должности, когда служащий не справляется с обязанностями на своей должности, и прекращение трудового договора.

9. Руководящие кадры. На этом этапе разрабатываются программы обучения руководителей. Подготовка осуществляется с помощью проведения различных тренингов, лекций, курсов, семинаров, деловых игр, кейсов.

Следует отметить, что квалифицированное управление трудовыми ресурсами организации выполняет ряд задач, которые направлены на оптимизацию деятельности организации и повышение эффективности ее работы. Оно позволяет, в первую очередь, осуществлять прием на работу персонала необходимой численности и качественного состава, а также повышать качество его работы в будущем. За счет рационально построенной системы управления персоналом осуществляется своевременный поиск необходимых трудовых ресурсов различными доступными для организации способами и с помощью как внешних, так и внутренних источников. Также стоит отметить, что одновременно происходит создание такой структуры управления трудовыми ресурсами, при которой цели организации максимально совпадают с целями каждого ее сотрудника. Правильно выработанная система управления персоналом необходима и для повышения производительности труда всех сотрудников. По этой причине управление трудовыми ресурсами должно предусматривать индивидуальный подход к каждому из работников предприятия. В рамках управления трудовыми ресурсами происходит регулярный поиск эффективных методов мотивации и повышения личной заинтересованности персонала, укрепление его лояльности к предприятию. Также, к одной из важнейших функций управления трудовыми ресурсами, которые должен осуществлять квалифицированный менеджер по кадрам, относится их планирование. Оно заключается в оценке имеющихся трудовых ресурсов, расчете будущей потребности в них и в разработке специальной программы по привлечению новых работников на предприятие.

Таким образом, рациональное построение системы управления персоналом и повышение эффективности управления трудовыми ресурсами организации имеет большое значение для любой организации и предполагает поиск наиболее продуктивных организационных форм, методов и технологий с целью повышения производительности и интенсивности труда работников и, соответственно, увеличения прибыли.

Использованные источники:

1. Кибанов А.Я. Управление трудовыми ресурсами: учебник / А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанов, И. А. Эсаулова. – М.: ИНФРА-М, 2010.

Куренная С.И.
студент 3 курса
Сярдова О.М., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра менеджмента организации
ФГБОУ ВПО «Тольяттинский государственный университет»
Россия, г. Тольятти

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация: В статье проведен анализ основных проблем закупочной деятельности, характерных для большинства отечественных предприятий автомобильной промышленности, рассматриваются основные принципы размещения заказов на ОАО «АВТОВАЗ».

Ключевые слова: эффективность, закупочная логистика, критерии выбора поставщика, заказ.

Abstract: This paper analyzes the main problems of procurement, typical for the majority of domestic automotive industry, the basic principles of placing orders for "AVTOVAZ".

Keywords: efficiency, procurement logistics, the criteria for supplier selection, order.

Вопрос совершенствования закупочной деятельности предприятий автомобильной промышленности является одним из надежных путей повышения эффективности любого производства в рыночных условиях. Это справедливо и для автосборочных предприятий, в том числе и для ОАО «АВТОВАЗ», что обуславливается масштабностью деятельности автозавода, сложностью производственного процесса, объемами закупок сырья, материалов, узлов, комплектующих и широтой необходимого ассортимента товарно-материальных ценностей. В последние годы в рамках проектов по организации поставок товарно-материальных ценностей неоднократно предпринимались попытки оптимизировать оперативные логистические процессы. Решением этой задачи занимается закупочная логистика.

Закупочная логистика - это управление материальными потоками (сырьем и материалами, энергоносителями, незавершенным производством и готовой продукцией) в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами.

В настоящее время многие традиционные концепции поставок сырья, материалов, комплектующих и сборки автомобиля, принятые в зарубежной и отечественной практике, пересматриваются. Так, например, традиционная точка зрения, что наличие многочисленных поставщиков повышает безопасность и гарантирует осуществление поставок вовремя, сменяется тенденцией использования одного поставщика. Концепция традиционных отношений «с позиции силы» или «на расстоянии вытянутой руки»

сменяется концепцией тесных, партнерских отношений.

Успех работы предприятия в большой степени зависит от обеспечения производства необходимыми сырьевыми ресурсами, по соответствующим необходимым показателям качества, количества и времени. В связи с этим многие авторы уделяют пристальное внимание выбору поставщиков комплектующих и материалов.

Для оценки работы поставщика обычно используют балльный метод, который предполагает расчет рейтинга на основе различных критериев (таблица 1).

Таблица 1 – Критерии выбора поставщиков

№ П/П	Критерии	Характеристика критериев
1	Качество продукции	Обеспечение заказчика товарами в соответствии со спецификациями и с требованиями заказчика, широта ассортимента, качество и внешний вид товаров
2	Цена	Приемлемая цена с учетом риска изменения курса валюты, затрат на транспорт, скидки
3	Надежность поставщика	Соблюдение графиков поставок, профессионализм сотрудников, возможность возврата бракованной продукции
4	Качество обслуживания	Техническая помощь, скорость реакции на изменение требований и условий поставок
5	Географическое положение поставщика	Близость к заказчику
6	Гибкость поставки	Возможность внеплановых поставок

7	Упаковка продукции	Стандартизированная и унифицированная упаковка, наличие универсальной кодировки
8	Имидж поставщика	Отзывы других предприятий, опыт работы предприятия на рынке, лидерство на рынке конкретной продукции
9	Резервные мощности	Возможность быстрого удовлетворения спроса на продукцию при помощи имеющегося оборудования, поддержание производства при выходе из строя оборудования

Примером действенной работы с поставщиками комплектующих и материалов может служить система, применяемая на ОАО "АВТОВАЗ".

Автозавод приступает к выбору поставщиков на стадии разработки продукции с учетом интересов будущих потребителей. Исходя из этого, ОАО "АВТОВАЗ" определил основные требования, предъявляемые к новым поставщикам, которыми являются: сокращение сроков разработки и освоения изделий, приверженность улучшения качества, сотрудничество в управлении затратами, инновационный подход к разработке новых изделий.

Процедура получения и оценки предложений от потенциальных поставщиков, как известно, может быть организована по-разному. Наиболее распространенными и эффективными являются: 1) письменные переговоры между поставщиком и потребителем; 2) конкурсные торги (тендеры).

Для оценки предложений от потенциальных поставщиков ОАО "АВТОВАЗ" в основном применяет конкурсные торги. Кроме того, на ОАО "АВТОВАЗ" рекомендован следующий принцип распределения заказа. Заказчик размещает производство одного и того же компонента у нескольких (в общем случае 3-х) поставщиков. Заказ распределяется примерно в следующем соотношении: на долю основного поставщика приходится около 60% от требуемого потребителю объема, на долю второго (дополнительного) поставщика - 30% и на долю третьего (резервного) - 10%. Такой подход обеспечивает мотивацию поставщиков, повышает их надежность и качество поставок.

В свою очередь, каждый поставщик стремится работать с несколькими автозаводами, которые являются потребителями выпускаемой продукции, что приводит к возможным колебаниям в объемах производства.

Важнейшей функцией, распределяемой между автозаводом и поставщиками, является проектирование и конструирование автомобильных компонентов. Сам автозавод, основываясь на требованиях рынка, разрабатывает общую концептуальную модель автомобиля, проектирует

лицевые панели кузова, двигатель, некоторые другие узлы, а также определяет характеристики автомобильных компонентов. Поставщики же по-разному принимают участие в проектировании и конструировании автомобильных компонентов. Существуют следующие примеры участия в проектировании: собственные разработки поставщика, "черный ящик", контролируемые до подробностей разработки.

Под собственными разработками поставщика понимаются стандартные, серийно изготавливаемые им изделия, обладающие универсальностью при установке на различные модели автомобилей. Очевидным преимуществом универсальных деталей является экономия на проектировании: производитель может заказать их по каталогу. Однако по мере увеличения требований к интеграции продукта стандартные детали, получаемые от поставщиков, все меньше совместимы с многообразными конструкциями автомобилей.

Организация процессов проектирования по принципу деталей из "черного ящика" соответствует варианту, когда изготовитель и поставщик распределяют между собой опытно-конструкторскую работу. Изготовитель разрабатывает требования по затратам, внешнему виду, деталям сопряжения и др. Полученные результаты передаются двум или трем конкурирующим потенциальным поставщикам, которые одновременно ведут разработки. По результатам оценки предложений автозаводом выбирается наилучший поставщик.

При разработке контролируемых до подробностей деталей поставщики осуществляют подготовку производства автомобильных компонентов с помощью чертежей автозавода. Данная система выгодна, если изготовитель стремится сохранить свой технический потенциал в особой области компонентов, осуществлять тщательный контроль за их разработкой и качеством, обеспечить себе выгодные позиции на переговорах с поставщиками в области цен. С другой стороны, фирма-производитель рискует уступить в качестве разработки поставщикам, концертирующим свои силы в определенных секторах производства компонентов.

В среднем по автомобильной промышленности доля компонентов, разработанных поставщиками, составляет 10% общих затрат на производство деталей и комплектующих, доля деталей из "черного ящика" - около 40% и доля компонентов, контролируемых изготовителем автомобилей, - около 50%.

Данный метод позволяет контролировать деятельность поставщиков, участвующих в процессе разработки.

Использованные источники:

1. Сярдова О. М. Управление закупочной деятельностью предприятия автомобильной промышленности на основе логистики: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Самарский государственный экономический университет. Тольятти, 2009
2. Кузнецов В.Н., Сярдова О.М. Управление заказами в цепи поставок

предприятий автомобильной промышленности//Экономические науки в России и за рубежом. -2014. -№ XIV. -С. 58-61.
3. Фадеева А.В., Боргардт Е.А. Совершенствование логистических процессов на предприятиях автомобильной промышленности//Приволжский научный вестник. 2015. № 5-2 (45). С. 40-46.

Курочкин В.Н., д.т.н.
старший научный сотрудник, профессор
кафедра экономики и управления в образовании
Шарифов А.М.
студент 4 курса
Высшая школа бизнеса
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА БАЗЕ IT-ТЕХНОЛОГИЙ

Ключевые слова: управление, информационные технологии, технический сервис, анализ, финансовый результат.

В условиях рыночной нестабильности и неопределенности, существования коммерческих рисков управление финансовыми результатами деятельности коммерческой организации становится одним из наиболее актуальных и приоритетных направлений работы менеджеров. Предлагается рассмотрение методических вопросов реализации анализа финансовой устойчивости предприятия с использованием компьютерных программ, в частности, программы «Audit Expert», что представляет несомненный практический и научный интерес для лиц, принимающих решения (ЛПР) [1, с. 39–50]. Вопросы управления финансовыми результатами рассмотрены на примере предприятий технического сервиса, достаточно успешно функционирующих в условиях финансового кризиса 2014–2015 гг, Для сохранения в перспективе финансовой устойчивости они должны усовершенствовать своё финансовое управление.

Задача данного исследования – обоснование мероприятий по управлению финансовыми результатами предприятий технического сервиса.

В сложившихся кризисных условиях на первый план выходят вопросы сохранения финансовой устойчивости коммерческих организаций и положительного финансового результата, который характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности: чем больше сумма прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние [2, с. 6].

В качестве превентивных мер обычно рекомендуется финансовый мониторинг, который целесообразно поручить выделенному для этой цели специалисту – финансовому менеджеру [3, с. 58–60]. Как известно, к

значимым функциям управления относится анализ [4, с. 145–146]. Основные задачи финансового анализа результатов деятельности коммерческой организации в сложившейся ситуации могут состоять в следующем: систематический контроль за формированием финансовых результатов; выявление резервов увеличения суммы прибыли и уровня рентабельности, прогнозирование их величины; оценка работы коммерческой организации по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности [8, с. 834].

Предпосылкой совершенствования оказания сервисных услуг на базе IT-технологий является применение указанными предприятиями информационных технологий при диагностировании технических средств (автомобилей), и, соответственно, наличие подготовленного персонала.

В процессе управления финансовыми результатами используют следующие показатели: маржинальная прибыль; прибыль от реализации сервисных услуг, услуг, услуг; общий финансовый результат до выплаты процентов и налогов. [5, с. 1262]. Для оценки уровня доходности производства отдельных видов товаров и услуг и определения коммерческой маржи целесообразно использовать категорию «маржинальная прибыль» [6, с. 744]. Пересечение прямых на графике затрат и маржи – это точка равной эффективности собственных и заемных средств. Бездолговое финансирование (более наклоненная к оси абсцисс прямая) дает большее значение чистой прибыли. Этой точке соответствует максимальная рентабельность активов (дифференциал финансового рычага равен нолю) [7, с. 834].

По мере увеличения прибыли доходность возрастает, а в точке пересечения равна при различных вариантах. В этой точке указанный дифференциал равен нолю. Дальнейший рост прибыли делает эффективным привлечение заемных средств. Следовательно, при определенной прибыли рентабельность активов достигает максимума. Анализ показывает, что, что использование заемных средств повышает рентабельность собственных пропорционально (линейно) плечу финансового рычага [3, с. 239].

Его сила может быть определена компьютерной программой. С целью улучшения аналитической финансовой работы в коммерческой организации рекомендуется выполнять анализ структуры и динамики прибыли по приведенному примеру (табл. 1).

Таблица 1 – Резервы увеличения прибыли коммерческой организации

Показатели	На начало 2015 г.		На конец 2015 г.		Отклонения	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Выручка всего	42276	100,00	35754	100,00	-6522,00	-15,43
Себестоимость проданных услуг	36340	85,96	29143	81,51	-7197	-19,80
Валовая прибыль	3299	7,80	6611	18,49	3312	100,39

Коммерческие расходы	0	0,00	0		0	
% к уплате	561	1,33	24	0,07	-537	-95,72
прочие доходы	2921	6,91	3911		990	33,89
Прочие расходы	2256	5,34	2811	7,86	555	24,60
Прибыль до налогообложения	6040	14,29	7687		1647	27,27
Налог на прибыль	134	0,32	156	0,44	22	16,42
Чистая прибыль	5906	13,97	7531		1625	27,51

За анализируемый период выручка снизилась на 6522 тыс. руб, но благодаря мерам по сокращению расходов и оптимизации персонала данной коммерческой организации себестоимость удалось снизить на 19,8 %, что больше темпа снижения выручки – 15,43 %. В целом происходило достаточно синхронизированное снижение доходов и расходов коммерческой организации.

Для кредиторов размер чистой прибыли, который остается собственнику, не представляет значимого интереса, их больше интересует общая сумма прибыли до уплаты процентов и налогов, поскольку из нее они получают свою часть за ссуженный капитал [9]. Поэтому желательно, чтобы внутренняя и внешняя финансовая отчетность давала сведения о финансовых результатах именно в таком разрезе [10]. В процессе анализа необходимо изучить факторы изменения величины налогооблагаемой прибыли, суммы выплаченных дивидендов, процентов, налогов из прибыли, размера чистой потребленной и капитализированной прибыли.

На основе обобщения практики применения информационных технологий [11] предлагается осуществить мероприятия по приобретению, отладке и реализации информационной технологии «Audit-it.ru», которая проста в использовании Компьютерная программа анализирует финансовые результаты, формирует отчет и заключительный вывод. К использованию также предлагается информационная технология «аудит –IT», которая может также использоваться в режиме «он-лайн, с использованием «облачных» технологий.

Использованные источники:

1. Курочкин В.Н. и др. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / В.Н. Курочкин, А.В. Щербина, Л.П. Грищенко. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 196 с.
2. Маркарьян Э.А. и др. Финансовый анализ / Э.А. Маркарьянц, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьянц.. – М.: КНОРУС, 2007. – 224 с.
3. Курочкин В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования / В.Н. Курочкин. – М.–Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 468 с.
4. Курочкин В.Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014. – 170 с.
5. Курочкин В.Н. Анализ и оценка финансового положения коммерческой организации по данным бухгалтерской отчетности / В.Н. Курочкин. –

Экономика и социум. 2014. № 2–5 (11). С. 1262–1273.
6. Курочкин В.Н. Анализ и оценка ликвидности бухгалтерского баланса коммерческой организации / В.Н. Курочкин. – Экономика и социум. 2014. № 4–3 (13). – С. 744–750.
7. Курочкин В.Н., Филимонова Е.В.Совершенствование методики анализа и оценки финансового положения коммерческой организации. – Экономика и социум. 2014. № 4–6 (13). – С. 824–834.
8. Курочкин В.Н. и др. Анализ результативности хозяйственной деятельности торговой фирмы / В.Н. Курочкин, И.В. Украинцева, Т.В. Пономаренко. – Экономика и социум. 2014. № 4–6 (13). С. 834–844.
9. Волохов Н. Н. и др. К методике анализа финансового состояния коммерческой организации / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев.– Экономика и социум. – 2015. – № 3 (16). – С. 384-391.
10.Курочкин В.Н. и др. Факторный анализ прибыли коммерческой организации сервиса/ В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев. – Экономика и социум.. – 2015. – № 4 (17). – С. 986-993.
11.Информационные технологии в управлении сельскохозяйственными коммерческими организациями / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев. – В сб. материал. межд. науч. конф. "Информационные технологии в управлении сельскохозяйственными коммерческими организациями". – Москва: Институт Управления, 2015. – С. 74-77.

Лавренова Е.С.
магистрант 1 курса
экономический факультет
Национальный исследовательский Томский государственный университет (НИ ТГУ)
Россия, г. Томск

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В РОССИИ

В статье рассматривается правовое определение негосударственных пенсионных фондов в России. Определены особенности организации деятельности негосударственных пенсионных фондов в соответствии с законодательством. Особое внимание уделено последним изменениям пенсионного законодательства.

Ключевые слова: негосударственные пенсионные фонды, организация деятельности негосударственных пенсионных фондов, пенсионное законодательство.

THE ORGANIZATION OF ACTIVITIES OF NON-STATE PENSION FUNDS IN RUSSIA

The legal determination of non-state pension funds in Russia is considered in article. Features of the organization of activities of non-state pension funds according to the legislation are indicated. Last modifications of the pension legislation is defined with special attention.

Keywords: non-state pension funds, organization of activities of non-state pension funds, pension legislation.

В соответствии с федеральным законом «О негосударственных пенсионных фондах», негосударственные пенсионные фонды (далее – НПФы) в России представляет собой организацию, которая осуществляет исключительно негосударственное пенсионное обеспечение, в том числе и досрочное негосударственное пенсионное обеспечение, и обязательное пенсионное страхование.

Деятельность НПФов осуществляется на основе лицензии без ограничения срока ее действия, выданной Банком России.

Согласно статье 3.1 закона «О негосударственных пенсионных фондах» субъектами отношений по негосударственному пенсионному обеспечению, обязательному пенсионному страхованию являются НПФы, ПФР, специализированные депозитарии, управляющие компании, вкладчики, участники, застрахованные лица и страхователи, а участниками – брокеры, кредитные организации и другие организации, участвующие в размещении пенсионных резервов и в инвестировании пенсионных накоплений [1].

В соответствии с новым законодательством, НПФ создается в организационно-правовой форме акционерного общества. Процедура акционирования должна быть завершена до 1 января 2016.

Внутреннее правовое регулирование деятельности НПФа осуществляется на основании следующих документов:

1 Устав фонда – является учредительным документом фонда, минимальный размер которого установлен в размере не менее не менее 120 миллионов рублей, а с 1 января 2020 года - не менее 150 миллионов рублей [1, ст. 6.1];

2 В отношении негосударственного пенсионного обеспечения: пенсионные правила, пенсионные схемы, пенсионный договор.

3 В отношении обязательного пенсионного страхования: страховые правила, договор об обязательном пенсионном страховании, кодекс профессиональной этики, договор на оказание услуг со специализированным депозитарием, договор доверительного управления с управляющей компанией (управляющими компаниями).

Рисунок 1 – Организация деятельности НПФов в России

В соответствии с федеральным законом № 422-ФЗ НПФ являются участниками системы гарантирования прав застрахованных лиц, формируя фонд гарантирования пенсионных накоплений за счет гарантийных взносов в том числе. Размер гарантийных взносов определяется как средняя стоимость вех чистых активов, находящийся в управлении НПФа и денежных средств на счетах НПФа, предназначенных для операций с пенсионными накоплениями, умноженная на 0,975 [2, ст. 15].

Имущество фонда подразделяется на собственные средства, пенсионные резервы и пенсионные накопления [1, ст. 17].

Пенсионные резервы и пенсионные накопления НПФ формирует для обеспечения платежеспособности по обязательствам перед участниками и застрахованными лицами.

Структура разрешенного инвестиционного портфеля для пенсионных накоплений представлена в таблице 1. Управление пенсионными накоплениями может осуществлять только управляющая компания (управляющие компании).

Таблица 1 – Требования к ст-ре инвестиционного портфеля НПФа [3, п. 2]

Наименование актива в структуре инвестиционного портфеля	Доля актива, %
Облигации российских эмитентов, кроме гос. ценных бумаг	Не > 80
Депозиты и денеж. ср-ва на счетах в банках в рос. и ин. валюте	Не > 80
Акции российских открытых акционерных обществ	Не > 65
Ипотечн. ценные бумаги, выпущенные в соответ-вии с закон-вом	Не > 40
Гос. ценные бумаги субъектов РФ и муниципальные облигации	Не > 40
Средства, размещенные в ценные бумаги иностранных эмитентов	Не > 20

НПФ в соответствии со статьей 17 закона «О негосударственных пенсионных фондах» направляет не менее 85% доходов от размещения средств пенсионных резервов и не менее 85% доходов от инвестирования

средств пенсионных накоплений на формирование пенсионных резервов и пенсионных накоплений соответственно.

НПФ обязан раскрывать информацию о своей деятельности. НПФ ведет бухгалтерский учет и представляет бухгалтерскую отчетность в соответствии с законодательством Российской Федерации. По итогам финансового года деятельность НПФа подлежит ежегодному актуарному оцениванию. Также ежегодно НПФы по итогам финансового года обязаны проводить аудит.Банк России осуществляет регулирование деятельности НПФов, управляющих компаний, специализированных депозитариев, актуариев, а также надзор и контроль за указанной деятельностью.

Государство в рамках стимулирования граждан к активному участию в системе негосударственного пенсионного обеспечения предоставляет налоговое льготы. В частности, налогоплательщик имеет право предоставления социального налогового вычета в сумме уплаченных им (работодателем) страховых взносов в размере фактически произведенных расходов, но не более 120 тысяч рублей в год [4, ст. 219].

Таким образом, изменения пенсионного законодательства существенно повлияли на особенности организации деятельности НПФов в России. В частности, акционирование НПФов означает переход правового статуса НПФов как некоммерческих организаций в статус коммерческих фирм. В целом, эти и другие изменения, в частности создание системы гарантирования прав застрахованных лиц в система обязательного пенсионного законодательства, существенно повышают прозрачность и надежность НПФов, что представляется положительной динамикой.

Использованные источники:

1. О негосударственных пенсионных фондах [Электронный ресурс] : федер. закон от 7 мая 1998 г. № 75-ФЗ (в ред. от 21 июля 2014 г.)) // Гарант : справ. правовая система. – Сетевая версия. – Электрон. дан. – М., 2014. – Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.

2. О гарантировании прав застрах. лиц в системе обязательного пенсионного страхования РФ … [Электронный ресурс] : федер. закон от 28 декабря 2013 г. № 422-ФЗ : (в ред. от 1 декабря 2014 г.) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2014. – Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.

3. Об уст-нии доп. ограничений на инв-е средств пенс. нак-ний в отдел. классы активов и определении максимал. доли отдел. классов активов в инвестицион. портфеле [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ от 30 июня 2003 г. № 379 (в ред. 26 декабря 2014 г.) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон. дан. – М., 2014. – Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.

4. Налоговый кодекс РФ. Часть 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ : (в ред. от 8 марта 2015 г.) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Версия Проф. – Электрон.

дан. – М., 2015. – Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.

Лазарева Е.И., доктор экономических наук,
профессор
кафедра «Инновационного и международного менеджмента»
Бабенко М.А.
студент 3 курса
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСОБЕННОСТИ И ПРИЁМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье исследуются особенности инновационного менеджмента в современных условиях. На практических примерах рассматриваются приёмы инновационного менеджмента и их влияние на развитие организации в целом.

Ключевые слова: инновации, инновационный менеджмент, приемы инновационного менеджмент, маркетинг инноваций, бенчмаркинг, инжиниринг инноваций, реинжиниринг инноваций, аутсорсинг, бренд-стратегия, ценовой приём, мерджер.

In article examines the characteristics of innovation management in modern conditions. In practical examples are considered innovative management techniques and their impact on the organization as a whole.

Keywords: innovation, innovation management, innovation management techniques, marketing innovation, benchmarking, engineering innovation, reengineering innovation, outsourcing, brand strategy, pricing technique, merger.

Человечество в данный период существования переживает во многих сферах своей деятельности бурные перемены, которым предшествовали глобальные изменения XX века. Поток инноваций, ускоренное изменение во всех областях жизни общества являются главной отличительной чертой современного этапа исторического развития.

Сегодня основное орудие развития – это технологические инновации, а основа инноваций – знания, из этого возникает необходимость особого типа менеджмента, соединяющего их воедино [1].

Низкий уровень российского научно-технического потенциала и результативности его использования стали одними из важных факторов, которые сделали инновационность национальной экономики крайне неразвитой.

Инновационный менеджмент или инновационное управление является направлением стратегического менеджмента, которое связано с развитием систем управления инновационными процессами и экономическими отношениями, возникающими в процессе этого управления. Целями такого управления являются:

– определение основных направлений научно-технической и

производственной организации;

– разработка и внедрение новых продуктов, услуг и технологий (инновационная деятельность);

– модернизация и улучшение продукции, услуг и технологий, дальнейшее развитие производства традиционных видов продукции;

– снятие с производства устаревших изделий [2].

В связи с изменениями, которые происходят в современном менеджменте, инновации можно условно разделить на три категории:

1. Инновации в изучении методов менеджмента, которые связаны с появлением совершенно новых направлений в управлении (гендерный менеджмент, креативный менеджмент, кросскультурный менеджмент, сетевой менеджмент и т.д.).

2. Инновации внутри структурных видов общего менеджмента, который в крупных организациях и предприятиях делится на: производственный менеджмент, управление маркетингом, финансовый менеджмент, кадровый менеджмент, международный менеджмент, менеджмент инноваций и др.

3. Инновации, основанные на науке и практике классического менеджмента.

Управление инновациями представляет собой процесс непрерывного совершенствования практически всех показателей работы компании, включая в себя положительные технические изобретения, а также управление новыми знаниями.

Суть понятия «инновационный менеджмент» состоит в том, чтобы развить систему управления инновационными процессами в организации и раскрыть процессы принятия управленческих решений.

Инновационный процесс является, несомненно, именно той основой, от которой зависит эффективное использование приёмов инновационного менеджмента. Они же и представляют собой особенности инновационной деятельности.

Приём инновационного менеджмента – это способ влияния субъекта управления на объект управления, который включает инновации, процесс создания инноваций и их реализацию на рынке. Существует множество различных приемов, основными из них являются: маркетинг инноваций, бенчмаркинг, инжиниринг инноваций, реинжиниринг, аутсорсинг, бренд-стратегия инноваций, ценовой прием управления и мерджер.

Первый приём – это маркетинг инноваций, который включает спланированное производство инноваций, исследование рынка товаров, установление цен и продвижение инноваций на рынке. Особенностью маркетинга инноваций является его применение только к новым технологиям и продуктам. В маркетинге существует концепция и непосредственно маркетинговая стратегия. Первая составляющая направлена на удовлетворение потребностей определенной группы потребителей, вторая часть – это непосредственно сбор необходимой информации, маркетинговое

исследование, планирование и реализация инноваций, их реклама.

Примеры маркетинговых инноваций:

– внедрение значительных изменений в дизайн продуктов и услуг (сюда не относятся рутинные / сезонные изменения), упаковку;

– реализация новой маркетинговой стратегии, которая ориентируется на расширение состава потребителей или рынков сбыта;

– применение новых приемов продвижения продуктов (например, новые рекламные концепции, имидж, бренд, методы индивидуализации маркетинга и т.п.) [3].

Одним из наиболее известных примеров практического применения маркетинговой инновации является разработка и реализация кооперативом «Вимм-Билль-Данн» в 1992 году новой для России упаковки соков – пакетной. Для этого использовалась арендованная технологическая линия Лианозовского молочного комбината.

Второй приём – бенчмаркинг. Д. Кернс дает следующее определение данной категории: «постоянный процесс количественной оценки продуктов, услуг или процессов в сравнении с показателями, достигнутыми конкурентами и фирмами, считающимися лидерами в данном секторе» [4]. Прежде всего, данный приём направлен на изучение бизнеса конкурентов и организаций-лидеров. Для его осуществления, как правило, создаётся специальная рабочая группа, которая исследует достоинства чужого опыта и организовывает их использование в своей деятельности. Практическим примером удачного использования бенчмаркинга является усовершенствование знаменитой компанией «Ford» в 1990-е годы на основе длительных исследований опыта конкурентов моделей автомобилей, число которых превысило 50.

Третий приём – инжиниринг инноваций, который представляет собой комплекс различного рода работ и услуг для реализации инновационного проекта. Цель данного приема – максимизация прибыли от вложенных инвестиций в новый продукт. Наиболее часто инжиниринговые услуги направлены на продвижение того или иного «ноу-хау».

Четвёртый приём – реинжиниринг. Американский учёный М. Хамлер, который ввел в научный оборот термин «реинжиниринг», дал ему такое определение: «фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений современных показателей деятельности компании, таких как стоимость, качество, сервис и темпы» [5].

Пятый приём – аутсорсинг, который представляет собой на договорной основе передачу организацией каких-либо неспециализированных функций стороннему лицу или организации, которая является профессионалом в этой области. Существует полный и частичный аутсорсинг. Первый тип предполагает полную передачу какого-либо производственного процесса, второй проявляется при изготовлении дорогостоящей продукции. На западе частым явлением считается передача операции по аутсорсингу дочерним

фирмам, так как из этого можно извлечь определённую выгоду. Например, такая известная в мире корпорация как General Motors (производитель автомобилей) создала фирму Electronic Data Systems для решения проблем автоматизации фирмы.

Шестой приём – бренд-стратегия, которая означает полноценную и всестороннюю разработку имиджа субъекта на основе поэтапного создания и продвижения бренда на рынке. Бренд производителя инноваций включает только нематериальные характеристики: надежность, удобство, комфорт, сервисное и гарантийное обслуживание, сопутствующие (дополнительные) услуги, товарный знак, знак обслуживания, фирменный стиль, рекламу и т.п. [5]. К примеру, бренд натуральной косметики The Body Shop, который в 1990-х был известен тем, что сформировал новую нишу косметики с натуральными ингредиентами, испытывал подъем именно в это время. Потребители, заинтересованные новой нишей косметики, несмотря на кризис, покупали товар по любой цене.

Седьмой приём – ценовой. В инновационном менеджменте данный приём фокусирует своё внимание на способе воздействия цены (ценообразующие факторы и ценовая политика) на реализацию инноваций. При исследовании деятельности конкурентов необходимо узнать, например, какую систему скидок, отражающих индивидуальность инноваций, использует соперник для производства своей продукции или услуги.

Последний приём – мерджер. Означает поглощение одной фирмы другой, более сильной. Причиной данного явления обычно служит ситуация, при которой продукт высокого качества продаётся довольно медленно из-за каких-либо действий конкурентной фирмы, являющихся для последней чрезвычайно выгодными.

В качестве примера мерджера приведем пример слияния американских компаний по разработке рецепторных медикаментов в различных терапевтических областях – Pharmacia&Unjohn и Monsanto. Для каждой из них целью было завладение технологиями другой компании. Monsanto (Celebrex) использовал новую технологическую платформу коксовых специфических ингибиторов, и данное слияние открыло доступ к этой технологии для Pharmacia&Upjohn. Аналогично, Pharmacia&Upjohn имела серьезные наработки в биотехнологиях, основанных на биопротеинах, которыми Monsanto до слияния не владела. Результатом слияния явилось наличие необходимого количества наработок для лабораторных клинических исследований, также улучшились результаты НИОКР для результирующей компании с одновременным уменьшением времени, потраченного на исследования.

Использованные источники:

1. Александров Н.Н. Проблемы инновационного менеджмента. – М.: Изд-во Академии Тринитаризма, 2011.
2. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. – М.: ЗАО «Бизнес-школа “Интел-Синтез”», 2000.

3. Пермичев Н.Ф., Палеева О.А. Маркетинг инноваций. — Н.Новгород: Нижегород. гос.архит.-строит. ун-т, 2007.
4. Kearnes D. T. Quality improvement begins at the top // World, v. 20 (5), 1986.
5. Грибов В.Д., Никитина Л.П. Инновационный менеджмент. – М: ИНФРА-М, 2014.

Лаптева С.В.
студент 3-го курса
Овчинникова И.В.
научный руководитель, старший преподаватель
кафедра управленческого учета и аудита
Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева
Российская Федерация, г. Кемерово

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Бухгалтерский учет- это система, в которой содержится информация об имуществе и его движении, обязательства организации, объем выпуска продукции и закупок, величина доходов и расходов, и результаты финансовой деятельности предприятия.

В отличие от других видов учета, в бухгалтерском учете каждая выполненная хозяйственная операция выражается в натуральном, трудовом и денежном измерителе.

Роль бухгалтерского учета в настоящее время значительна в системе управления организацией. С помощью ведения бухгалтерского учета можно получить информацию об имущественном и финансовом состоянии хозяйствующего субъекта.

Выделим основные особенности бухгалтерского учета:

1. Учету подлежит вся хозяйственная деятельность предприятия, начиная с даты государственной регистрации до даты прекращения деятельности в результате реорганизации или ликвидации;
2. Вся информация о деятельности предприятия должна быть документально оформлена;
3. Данные должны быть достоверны и точно отражены; [1]
4. Обязательность ведения учета для всех организаций, но согласно Федеральному закону бухгалтерский учет могут не вести:

1) индивидуальный предприниматель, лицо, занимающееся частной практикой, в случае, если в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах они ведут учет доходов или доходов и расходов и (или) иных объектов налогообложения, либо физических показателей, характеризующих определенный вид предпринимательской деятельности;

2) находящиеся на территории Российской Федерации

филиал, представительство или иное структурное подразделение организации, созданной в соответствии с законодательством иностранного государства, в случае, если в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах они ведут учет доходов и расходов и (или) иных объектов налогообложения в порядке, установленном указанным законодательством. [2]

В системе управления бухгалтерский учет выполняет следующие основные функции:

- Информационная - в ней содержится вся информация о финансово-хозяйственной деятельности организации, которая удовлетворяет потребности пользователей на разных уровнях управления;
- Контрольная - выполняет контроль за хозяйственной деятельностью предприятия в рамках закона, позволяет правильно вести документацию и рационально использовать имеющиеся ресурсы организации;
- Аналитическая - с помощью этой функции проводится анализ по всем разделам бухгалтерского учета, что позволяет найти недостатки и определить пути дальнейшей хозяйственной деятельности предприятия. [3]

Таким образом, можно сказать, что бухгалтерский учет необходим каждой организации, для того, чтобы умело использовать денежные средства и приносить в организацию дополнительные доходы.

Использованные источники:

1. Бухгалтерский финансовый учет. Учет внеоборотных и оборотных активов: учеб. пособие [Электронный ресурс]: для студентов направления «Экономика» профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» всех форм обучения /И.В. Овчинникова, Е.И. Левина. – Электрон. дан. – Кемерово: КузГту, 2012. – 1 электрон. опт. диск (CD- ROM).
2. Федеральный закон "О Бухгалтерском учете" 2015 года от 06.12.2011 N402-ФЗ.
3. Бухгалтерский учет : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Г.И.Алексеева, С.Р.Богомолец, И.В.Сафонова. – М.: Университетская серия, 2013.

Малыгина Е. Г.
старший преподаватель
Фагуцист И. А.
студент 3го курса
ФГБОУ ВПО КубГАУ
Россия, г. Краснодар

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ХОЗЯЙСТВАХ ЗАПАДНОЙ ЗОНЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В настоящее время наращивание объемов производства зерна имеет важное значение для развития всех отраслей сельского хозяйства. Необходимо всерьез задуматься о путях повышения экономической эффективности зерновых культур и сельского хозяйства в целом.

Краснодарский край относится к региону с достаточной обеспеченностью продовольственным и в значительной части фуражным зерном. В 2014 году на душу населения в регионе производилось 826 кг. В последние годы происходит значительный спад производства зерна, снижение уровня его товарности и закупок, дестабилизация системы межрегионального обмена, связанная, прежде всего, с проявлениями регионального монополизма в зернопроизводящей отрасли. В результате обеспечение потребностей населения в продовольственном зерне, а животноводства в концентрированных кормах собственного производства стало серьезной проблемой.

На современном этапе главная задача зернового производства Краснодарского края заключается в преодолении спада производства и повышении устойчивости уровня его эффективности.

Для определения факторов, влияющих на уровень производства зерна, использовались методы группировок и корреляционно-регрессионный анализ. При применении метода группировок появляется возможность последить взаимосвязь различных факторов, а также выявить силу их влияния на результативные показатели.

Основным индикатором эффективности производства зерна выступает урожайность сельскохозяйственных культур. Урожайность формируется под воздействием многих факторов от погодных условий до государственной поддержки товаропроизводителей. Наблюдая динамику урожайности зерновых культур, можно сделать выводы об устойчивости зернового производства [2].

Для проведения расчетов было отобрано 28 сельскохозяйственных организаций отдельных районов Ейского, Красноармейского, Приморско-Ахтарского и Темрюкского. С помощью метода аналитических группировок изучено влияние урожайности на эффективность производства зерна (таблица 1).

Таблица 1 - Влияние урожайности на эффективность производства зерна

Группы предприятий по урожайности зерна, ц	Число предприятий	Средняя урожайность, ц/га	Затраты труда на производство 1 ц, чел.-ч	Средняя себестоимость 1 ц, руб.	Затраты на семена на 1 ц, руб.	Средняя цена реализации 1 ц, руб.	Прибыль от реализации 1 ц, руб.
до 40	5	32,49	0,34	662,80	76,82	762,16	31,51
40-50	8	44,57	0,26	537,79	44,74	689,27	163,78
50-60	7	52,17	0,21	516,43	43,84	709,88	173,38
60 и более	8	64,92	0,25	536,69	44,55	956,62	290,24
Итого в среднем	28	49,51	0,25	546,38	48,43	778,67	184,93

По данным таблицы 1 можно отметить, что группировка предприятий по урожайности зерна показала, что по мере увеличения группировочного признака показатели эффективности растут. Мы видим, что затраты труда на производство продукции от группы к группе снижаются, себестоимость - растет, прибыль на 1 ц зерна увеличивается. В четвертой группе, где показатели эффективности более высокие средняя себестоимость - 536,69 руб., а прибыль от реализации 290,24 руб. на каждый центнер продукции. В этой группе благодаря своевременному проведению комплекса агротехнических мероприятий был достигнут высокий уровень урожайности, а именно 64,92 ц/га.

Также проведена группировка 28 организаций по следующему группировочному признаку - влияние трудоемкости на эффективность производства зерна (таблица 2).

Таблица 2 - Влияние трудоемкости на эффективность производства зерна

Группы предприятий по трудоемкости производства, чел.-ч	Число предприятий	Средняя урожайность, ц/га	Затраты труда на производство 1 ц, чел.-ч	Средняя себестоимость 1 ц, руб.	Затраты на семена, руб.	Средняя цена реализации 1 ц, руб.	Рентабельность производства 1 ц, %
до 0,19	7	50,03	0,14	526,67	48,99	701,40	29,89
0,19-0,29	10	53,78	0,26	555,95	47,11	864,71	34,68
0,29 и более	11	41,72	0,43	557,67	50,33	737,21	25,57
Итого в среднем	28	49,51	0,25	546,38	48,43	778,67	31,15

Расчеты показали, что затраты труда на производство продукции от группы к группе растут, себестоимость - повышается. Самые наименьшие затраты на производство осуществляются в первой группе, которые составляют 0,14 чел.-ч и в этой группе наблюдается самая низкая себестоимость, а именно 526,67 руб. Из общей совокупности во вторую группу входят предприятия, которые имеют усредненные показатели, и эта группа хозяйств как бы находится в «середине», то есть у нее все показатели приближены к средним значениям по всей совокупности организаций. В данной группе рентабельность производства равна 34,68 %, что связано с довольно весомой ценой себестоимости, которая составляет 555,95 руб. за 1 ц зерна. С наибольшими затратами на семена, а это 50,33 руб. выступает третья группа. Также здесь можно проследить взаимосвязанность таких показателей, как: показатель средней себестоимости 1 ц зерна, который имеет самое большее значение по всем группам и составляют 557,67 руб., а в следствии и низкая рентабельность производства, которая составила 25,57 %.

Далее мы определили зависимость себестоимости зерновых от урожайности, затрат труда и затрат на семена (таблица 3). Мерой связи выступает коэффициент парной корреляции.

Таблица 3 - Показатели многофакторного анализа по группе организаций

Показатель	Условные обозначения	Парные коэффициенты корреляции	Множественный коэффициент корреляции	Коэффициенты эластичности	β - коэффициенты
		r	R	Э	β
Урожайность, ц/га	X1	-0,452	0,667	-0,47	-0,506
Затраты труда на 1 ц, чел.-ч	X2	-0,002		0,04	0,098
Затраты на семена на 1 ц, руб.	X3	0,431		0,26	0,501

Расчет парных коэффициентов корреляции показал, что между себестоимостью единицы продукции и урожайностью зерна связь обратная, средняя (-0,452); между себестоимостью единицы продукции и затратами труда на 1 ц связь обратная, слабая (-0,002); между себестоимостью единицы продукции и затратами на семена на 1 ц связь прямая, средняя (0,431).

Таким образом, можно утверждать, что урожайность привела к росту себестоимости зерновых, также значительное влияние на себестоимость оказали затраты на семена.

Из множественного коэффициента корреляции (R) следует, что между себестоимостью зерна и отобранными для корреляционного анализа признаками существует средняя связь (0,667).

Коэффициент эластичности показывает, насколько процентов

изменится результат при увеличении факторного признака на 1%. Наибольшее влияние на себестоимость 1 ц зерна оказали затраты на семена. С ростом урожайности на 1 %, себестоимость единицы продукции снизится на 0,47 %. С увеличением затрат на семена на 1 %, себестоимость единицы продукции вырастет на 0,26 %.

Для характеристики относительного влияния факторов на изменение результативного показателя рассматривают β-коэффициенты, которые показывают, что наибольшее влияние на изменение себестоимости оказывает урожайность зерна ($\beta 1 = -0{,}506$).

Рассматривая, полученные результаты исследования для повышения эффективности производства зерна можно рекомендовать:

1. вводить научно-обоснованную систему мероприятий, включающую в себя посев высококачественными семенами продуктивных гибридов и сортов;
2. целесообразно размещать зерновые культуры в севообороте; вносить установленные нормы органических и минеральных удобрений; своевременно проводить обработку почвы, а также осуществлять уход за посевами;
3. внедрять прогрессивные технологии, основанные на достижениях науки (новые сорта и гибриды, эффективные средства защиты растений) и техники (высокопроизводительные машины и силовые установки), что будет способствовать росту урожайности озимых зерновых и снижению затрат на их производство;
4. при разработке системы отплаты труда и ее совершенствовании сделать основным критерием при возделывании зерновых заинтересованность работников в конечном результате, т. е. уровень заработной платы поставить в зависимость от качества конечной продукции.

Использованные источники:

1. Гоник, Г. Г. Погодные условия и урожайность основных сельскохозяйственных культур в Центральной Агроэкономической зоне Краснодарского края / Г. Г. Гоник, Г. Е. Гоник // В сборнике: Научно - обоснованные системы земледелия: теория и практика материалы Научно - практической конференции, приуроченной к 80 - летнему юбилею В. М. Пенчукова. 2013. С. 55-59.
2. Макеенко, М. М. О развитии зернового хозяйства / М. М. Макеенко // Экономика сельского хозяйства. - 2011. - № 7. - С. 4.
3. Яроменко, Н. Н. Роль ключевой ставки в деятельности организации / Н. Н. Яроменко, Н. П. Васильева // В сборнике: Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа в России и за рубежом. Сборник статей IV Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. – Краснодар: КубГАУ, 2015. - С. 258-263.

Малыгина Е. Г.
старший преподаватель
Журба Т. В.
студент 3го курса
ФГБОУ ВПО КубГАУ
Россия, г. Краснодар

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОНИЯ ПРОИЗВОДСТВА ОЗИМЫХ ЗЕРНОВЫХ В УЧХОЗЕ «КУБАНЬ» КУБГАУ

Решающее значение для подъема всех отраслей сельского хозяйства имеет увеличение производства зерна. Зерновое хозяйство составляет основу растениеводства и всего сельскохозяйственного производства в целом. Это определяется многосторонними связями зернового производства с сопредельными отраслями сельского хозяйства и промышленности [1, с. 57].

Хлеб и хлебные продукты являются важными продуктами питания для большей части населения страны, а по калорийности занимают почти половину всего пищевого баланса в рационе человека.

Пшеница является важнейшей зерновой культурой, в которой насчитывается более 20 видов. Огромное преимущество имеют два вида – мягкая и твердая пшеница. Сорта пшеницы разделяются на озимые и яровые.

В целом по России валовой сбор пшеницы составил 59661,0 тыс. тонн. По итогам 2014г. лидерами стали три субъекта Федерации. Первое место занимает Краснодарский край, где валовой сбор пшеницы составил 7651,9 тыс. тонн, на втором месте – Ростовская область, здесь валовой сбор составил 7099,7 тыс. тонн, а на третьем месте Ставропольский край – 6741,7 тыс. тонн (рисунок 1).

Валовой сбор озимой пшеницы, тыс. тонн

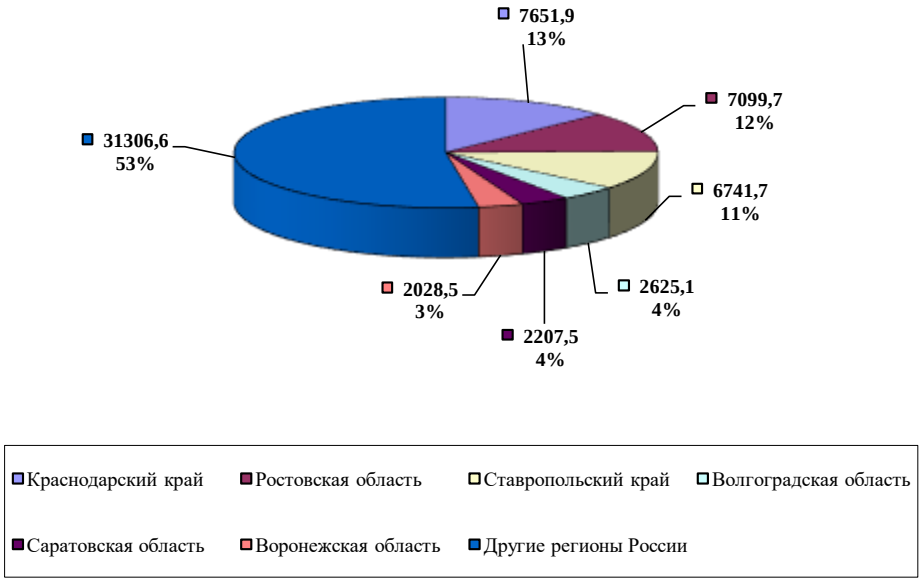


Рисунок 1 – Рейтинг регионов России по сбору озимых зерновых, 2014г.

В Краснодарском крае преимущественное распространение имеет озимая пшеница. В группу яровых зерновых культур входят пшеница, просо, овес, ячмень, гречиха, рис и другие культуры. В группу озимых зерновых культур входят пшеница, ячмень и рожь. Наиважнейшее значение среди других хлебных злаков имеет пшеница, так как ее зерно используется на муку, манную крупу и прочее.

Валовой сбор зерна во всех категориях хозяйств Краснодарского края по итогам 2014 года составил 7651,9 тыс. тонн, что является рекордным показателем за последнее время. Следует отметить, что основную долю в структуре валового сбора занимает озимая пшеница, которая по итогам 2014 года составила около 80,3 %.

На примере учхоза «Кубань» КубГАУ можно рассмотреть эффективность производства зерна.

Посевы озимой пшеницы занимают в структуре посевов 48,5 %, таким образом, она является лидером посевных площадей.

Учхоз «Кубань» КубГАУ является крупной сельскохозяйственной организацией, результаты ее работы эффективны, так в 2012 – 2014гг. прибыль до налогообложения в 2014г. выросла и составила 40,9 млн. руб.

Среднегодовая численность работников в 2014г. была равна 293 чел., это на 3,2 % больше, по сравнению с 2012г. и на 2,1 % больше, чем в 2013г. Рост данного показателя связан с увеличением кадров занятых в сельскохозяйственном производстве. Площадь сельскохозяйственных угодий в расчёте на одного работника в 2014г. по сравнению с 2012г. снизилась на 3,2 %. Этому способствовало увеличение количества среднегодовой численности работников.

Среднегодовая сумма оборотных средств в 2014г. по сравнению с 2012г. возросла на 29976 тыс. руб. или на 15,4 %.

Оценка финансовых результатов деятельности предприятия отражает его результативность в производстве продукции. Таким образом, финансовые результаты говорят об эффективности производства, о прибыльности или убыточности хозяйства.

За рассматриваемый период, можно отметить, что выручка от продаж в 2014г. выросла по сравнению с 2012г. на 86461 тыс. руб. или на 43,5 %, а по сравнению с 2013г. увеличилась на 86468 тыс. руб., что тоже составляет 43,5 %.

Чистая прибыль организации за анализируемый период незначительно выросла. Так в 2014г. она составила 32086 тыс. руб., что на 8,3 % больше, чем в 2012г. и всего на 1,3 % выше, чем в 2013г.

Таким образом, организация обладает высокой выручкой и обеспеченностью рабочей силой.

Рассмотрим динамику производства зерна за 2012 – 2014гг. в учхозе «Кубань» КубГАУ, представленную в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика производства зерна

Показатели	Годы			2014 г. в % к 2012 г.
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Площадь посевная, га				
озимые яровые – озимая пшеница	1585	1650	1755	110,7
яровые зерновые	345	345	345	100,0
Валовой сбор, ц				
озимые зерновые – озимая пшеница	76433	99697	122195	159,9
яровые зерновые	19825	18033	18906	95,4
Урожайность с 1 гектара, ц				
озимых зерновых – озимая пшеница	48,2	60,4	69,6	120,7
яровых зерновых	57,5	52,3	54,8	95,3
Реализовано продукции, ц				
озимые зерновые – озимая пшеница	40811	31070	109403	268,1
яровые зерновые	4325	4429	3565	82,4
Удельный вес товарной продукции, %				
озимых зерновых – озимая пшеница	53,4	31,2	89,5	Х
яровых зерновых	21,8	24,6	18,9	Х

Анализируя таблицу 1, можно сделать вывод, что, в общем, валовый сбор озимых зерновых в 2014г. по сравнению с 2012г. вырос на 45762 ц. или на 59,9 %. Это объясняется увеличением посевных площадей за 2012-2014гг. Однако произошло снижение валового сбора озимых яровых на 919 ц. или на 4,6 %. Это связано со снижением урожайности с 1гектара.

Удельный вес товарной продукции озимых зерновых увеличился за исследуемый период, а вот яровых зерновых – уменьшился. Это связано с тем, что реализация озимых зерновых увеличилась в 2,7 раза, а яровых зерновых – сократилась на 17,6 %.

Далее определим основные показатели эффективности производства продукции растениеводства за исследуемый период. Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Основные показатели эффективности производства зерна

Показатель	Годы			2014г. в % к 2012г.
	2012г.	2013г.	2014г.	
Площадь посевов, га а) озимых зерновых – озимая пшеница б) яровых зерновых	 1585 345	 1650 345	 1755 345	 110,7 100,0
Урожайность, ц/га а) озимых зерновых – озимая пшеница б) яровых зерновых	 48,2 57,5	 60,4 52,3	 69,6 54,8	 120,7 95,3
Себестоимость 1 ц, руб. а) озимых зерновых – озимая пшеница б) яровых зерновых	 378,7 882,9	 414,7 893,9	 417,5 987,2	 110,2 111,8
Трудоемкость производства 1 ц, чел.-ч а) озимых зерновых – озимая пшеница б) яровых зерновых	 0,39 0,45	 0,32 0,55	 0,25 0,58	 64,6 128,2

Реализовано зерна, ц а) озимых зерновых – озимая пшеница б) яровых зерновых	 40811 4325	 31070 4429	 109403 3565	 268,1 82,4
Цена реализации 1ц, руб. а) озимых зерновых – озимая пшеница б) яровых зерновых	 496,6 910,3	 247,2 926,2	 656,4 1409,6	 132,2 154,9
Рентабельность производства, % а) озимых зерновых – озимая пшеница б) яровых зерновых	 100,9 94,3	 58,7 45,5	 54,8 39,6	 X X

Анализируя таблицу 2, можно сделать вывод о том, что количество реализованного зерна увеличивалось из года в год и к 2014г. составило 109403 ц, это на 68592 ц больше, чем в 2012 г.

Цена реализации 1 ц озимых зерновых в 2012 г. составляла 496,6 руб., а в 2014г. – 656,4 руб. Следовательно, наблюдается увеличение данного показателя на 159,8 руб. или на 32,2 %. Себестоимость 1 ц озимых зерновых в отчетном году по сравнению с базисным периодом увеличилось на 10,2 % или на 38,8 руб., а себестоимость 1 ц яровых зерновых увеличилась на 11,8 % или на 104,3 руб. Трудоёмкость производства 1 ц озимых зерновых за исследуемый период понижается на 0,14 чел.-ч или на 35,4 %.

В 2014г. по сравнению с 2012г. количество реализованной продукции в учхозе «Кубань» КубГАУ увеличилось на 43,8 % или на 86479 тыс. руб.. Это объясняется увеличением реализованной продукции растениеводства на 51,0 % или на 49116 тыс. руб., а также продукции животноводства на 49,0 % или на 37363 тыс. руб..

Таким образом, для снижения себестоимости производства зерна озимых зерновых и повышения эффективности его производства можно рекомендовать:

1) внедрять научно-обоснованную систему взаимосвязанных мероприятий, включающую в себя посев качественными семенами высокопродуктивных гибридов и сортов;

2) правильно размещать озимые зерновые в севообороте; вносить рациональные нормы органических и минеральных удобрений; обеспечивать своевременную и высококачественную основную и предпосевную обработку почвы, а также рекомендуемую густоту насаждения растений при равномерном их размещении; тщательный уход за посевами; своевременную и эффективную защиту посевов от вредителей, болезней и сорняков; многократные рыхления в междурядьях; своевременную и качественную уборку урожая;

3) внедрять прогрессивные технологии, основанные на достижениях науки (новые сорта и гибриды, эффективные средства защиты растений) и техники (высокопроизводительные машины и силовые установки), что будет способствовать росту урожайности озимых зерновых и снижению затрат на их производство;

4) при разработке системы отплаты труда и ее совершенствовании

сделать основным критерием при возделывании озимых зерновых заинтересованность работников в конечном результате, т.е. уровень заработной платы поставить в зависимость от качества конечной продукции.

Использованные источники:

1. Гоник, Г. Г. Погодные условия и урожайность основных сельскохозяйственных культур в Центральной Агроэкономической зоне Краснодарского края / Г. Г. Гоник, Г. Е. Гоник // В сборнике: Научно–обоснованные системы земледелия: теория и практика материалы Научно–практической конференции, пиуроченной к 80 – летнему юбилею В. М. Пенчукова. 2013. С. 55-59.
2. Захарова, Ю. Н. Проблемы управления инновационной деятельностью российских коммерческих банков в современных условиях/ Ю. Н. Захарова // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2010. №2. С. 51-56.
3. Захарова, Ю. Н. Совершенствование системы адаптивного риск – менеджмента в региональном коммерческом банке / Ю. Н. Захарова// Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ростовский государственный экономический университет. Ростов-на-Дону, 2011
4. Яроменко, Н.Н. Роль ключевой ставки в деятельности организации / Н.Н. Яроменко, Н.П. Васильева // В сборнике: Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа в России и за рубежом. Сборник статей IV Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – С.258-263.

Малыгина Е. Г.
старший преподаватель
Шамрай А.С.
студент 3го курса
ФГБОУ ВПО КубГАУ
Россия, г. Краснодар

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ООО ПЗ «НАША РОДИНА» ГУЛЬКЕВИЧСКОГО РАЙОНА

Одной из крупнейших отраслей растениеводства является производство зерна. Обеспечение населения продовольственным зерном собственного производства – важнейшая государственная проблема. Она имеет решающее значение для подъема всех отраслей сельского хозяйства.

Зерновое хозяйство Краснодарского края исторически ориентировано на удовлетворение местной потребности населения, перерабатывающей и пищевой промышленности, животноводческих отраслей, на поставки в другие регионы. Поэтому перед зерновым хозяйством края стоят большие задачи по увеличению производства и повышению качества зерна при одновременном повышении эффективности его производства [2, с. 56].

В перспективе задачи развития зернового производства нашей страны определяются необходимостью ее самообеспечения зерном по объему, ассортименту и качеству, а также перехода к сбалансированному его экспорту и импорту. Для достижения зерновой самообеспеченности необходимо производить не менее 95 млн т зерна. Валовой сбор зерна за 2012-2014 года составил 80 млн т. В России существует несколько основных регионов производителей товарной зерновой продукции. В их число входит и Кубань.

В данной работе проведен анализ эффективности производства зерна в ООО ПЗ «Наша Родина» Гулькевичского района.

Для более полного раскрытия темы рассмотрим динамику производства зерна озимой пшеницы, которая приведена в таблице 1.

В данной таблице видно, что площадь посева озимых зерновых за три последних года увеличилась и в 2014 году составила 3800 га, что на 12,9 % больше, чем в 2012 году. Площадь посева зернобобовых уменьшилась на 67 га, что на 17,9 % меньше, чем в 2012 году. Этому послужило уменьшение площади посевов подсолнечника и кукурузы.

В связи с этим произошло увеличение валового сбора с посевной площади зерна. И в 2014 году валовой сбор озимых зерновых и зернобобовых составил 220512 ц и 11866 ц соответственно, что на 24,2 % и 21,9 % больше, чем в 2012 году.

Таблица 1 - Динамика производства зерна озимой пшеницы

Показатели	Годы			2014 г. в % к 2012 г.
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Площадь посева, га				
Озимые зерновые	3365	3506	3800	112,9
Зернобобовые	374	319	307	82,1
Валовой сбор, ц				
Озимые зерновые	177589	198809	220512	124,2
Зернобобовые	9735	10047	11866	121,9
Урожайность с одного гектара, ц				
Озимые зерновые	52,77	56,71	58,03	109,8
Зернобобовые	26,03	31,50	38,65	148,8
Реализовано продукции, ц				
Озимые зерновые	100664	187911	192042	190,8
Зернобобовые	2455	8138	2804	114,2
Удельный вес товарной продукции, %				
Озимые зерновые	56,68	94,52	87,09	Х
Зернобобовые	25,22	81,01	23,63	Х

Урожайность с одного га тоже увеличилась. Так в 2012 году она составляла 52,77 ц и 26,03 ц озимых зерновых и зернобобовых соответственно, а к 2014 году она увеличилась до 58,03 и 38,65 ц.

В результате увеличения площади посевов, валового сбора и

урожайности количество реализованной продукции также увеличилось, и в 2014 году показатель составляет 192042 ц зерна озимых зерновых, если, например, в 2012 году было реализовано 100664 ц.

Удельный вес товарной продукции зерна озимых зерновых, по сравнению с 2012 годом, возрос и к 2014 году он составил 87,09 %. А удельный вес товарной продукции зернобобовых наоборот сократился и к 2014 году составил 23,63 %. Это связано с увеличением валового сбора и реализованной продукции.

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности сельскохозяйственного производства. Снижение себестоимости - одна из первоочередных и актуальных задач любого хозяйства.

Себестоимость - это затраты в денежном выражении на производство и реализацию единицы продукции. Она показывает во что обходится производство того или иного вида продукции.

Проанализируем изменение себестоимости производства зерна в ООО ПЗ «Наша Родина».

Из таблицы 2 видно, что затраты материальных и денежных средств на производство зерна с каждым годом увеличиваются, а именно по озимым зерновым с 58,7 млн руб., что характерно было для 2012 года, увеличились к 2014 году до 73,9 млн руб. Затраты на производство зернобобовых также увеличились, так, например в 2012 году они составляли 3,5 млн руб., а к 2014 году затраты возросли на 2,2 %, что составило 3,6 млн руб.

Таблица 2 - Уровень и динамика себестоимости производства зерна озимых зерновых

Показатель	Годы			2014 г. в % к 2010 г.
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Затраты материальных и денежных средств на производство, тыс. руб.: - озимых зерновых - зернобобовых	 58717 3461	 70931 3214	 73929 3538	 125,9 102,2
Затраты материальных и денежных средств в расчете на: -1 ц озимых зерновых, руб. -1 ц зернобобовых, руб.	 330,63 355,52	 356,78 319,90	 335,26 298,16	 101,4 83,9

Затраты материальных и денежных средств, в расчете на 1 ц зерна, как показано в таблице, как увеличивались, так и уменьшались. В 2014 году по озимым зерновым составили 335,26 руб., что на 1,4 % больше по сравнению с 2012 годом. По яровым в 2014 году затраты составили 298,16 руб., что на

16,1 % меньше, чем в 2012 году.

Экономическая эффективность производства зерна характеризуется системой показателей. Основными из них являются: площадь посевов, урожайность, себестоимость, трудоемкость, количество реализованного зерна, цена реализации и рентабельность производства.

Площадь посевов озимых зерновых за три последних года увеличилась и в 2014 году составила 3800 га, что на 12,9 % больше, чем в 2012 году, а по зернобобовым площадь уменьшилась и в 2014 году составила 307 га, что на 17,9 % меньше, чем в 2012 году (таблица 2). Этому послужило сокращение площади посевов подсолнечника и кукурузы.

Таблица 3 - Основные показатели эффективности производства зерна

Показатель	Годы			2014 г. в % к 2012 г.
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Площадь посевов, га				
а) озимых зерновых	3365	3506	3800	112,9
б) зернобобовых	374	319	307	82,1
Урожайность, ц/га				
а) озимых зерновых	52,77	56,71	58,03	109,8
б) зернобобовых	26,03	31,50	38,65	148,8
Себестоимость 1 ц, руб.				
а) озимых зерновых	330,63	356,78	335,26	101,4
б) зернобобовых	355,52	319,90	298,16	83,9
Трудоемкость производства 1 ц, чел.-ч				
а) озимых зерновых	0,32	0,28	0,22	68,8
б) зернобобовых	0,41	0,30	0,25	61,0
Реализовано зерна, ц				
а) озимых зерновых	100664	187911	192042	190,8
б) зернобобовых	2455	8138	2804	114,2
Цена реализации 1ц, руб.				
а) озимых зерновых	691,52	671,83	745,46	107,8
б) зернобобовых	292,46	729,29	724,32	247,7
Рентабельность производства,%				
а) озимых зерновых	109,15	88,30	122,35	Х
б) зернобобовых	-17,74	127,97	142,93	Х

Урожайность озимых зерновых тоже увеличилась. Так в 2012 году она составляла 52,77 ц / га, а к 2014 году увеличилась на 5,26 ц / га и составила 58,03 ц / га. Урожайность по зернобобовым культурам тоже увеличилась и в 2014 году она составила 38,65 ц / га, что на 48,8 % больше по сравнению с 2012 годом.

Себестоимость 1 ц озимых зерновых с каждым годом то увеличивалась, то уменьшалась, и в 2014 году, по сравнению с 2012 годом, составила 335,26 руб., а себестоимость зернобобовых культур уменьшилась с 355,52 руб. по 298,16 руб., что на 16,10 % меньше, чем в 2012 году. Этому послужил повышенный уровень урожая и выручки.

Трудоемкость производства наоборот снизилась за последние три исследуемых года. Так по озимым зерновым в 2014 году она уменьшилась на 31,2 %, а по зернобобовым уменьшилась на 39 %. Это связано с ухудшением климатических условий.

В связи с увеличением валового сбора урожая, растет и количество реализованного зерна по озимым зерновым и зернобобовым. Так в 2012 году было реализовано 100664 ц зерна озимых зерновых, а к 2014 году увеличилось до 192042 ц, а реализация зернобобовых увеличилась с 2455 ц до 2804 ц.

В связи с увеличением сбора реализованных озимых зерновых и зернобобовых цена реализации увеличивается, для того, что бы окупить возросшие затраты. Так в 2012 году цена по озимым зерновым составляла 691,52 руб., а в 2014 году она составила 745,46 руб. Цена зернобобовым увеличилась в 2014 году по сравнению с 2012 годом на 147,7 %, а именно с 292,46 руб. до 724,32 руб.

Рентабельность производства по озимым зерновым и зернобобовым культурам колеблется по годам. В 2012 году рентабельность производства по зернобобовым культурам отрицательная, то есть производимая продукция в этом году оказалась не окупаемой и организация понесла убытки. Но в последующие годы рентабельность находится на достаточно высоком уровне, в 2014 году затраты окупились и организация ООО ПЗ «Наша Родина» получила высокую прибыль.

Рассмотрев и проанализировав производство зерна в ООО ПЗ «Наша Родина», можно сделать вывод, что организация его производства находится на высоком уровне, производство зерна является главной отраслью. Валовый сбор в 2014 году по озимым зерновым составил 220512 ц, а по зернобобовым – 11866 ц, что значительно выше показателей предыдущих годов. Урожайность составила 58,03 ц / га и 38,65 ц / га по озимым зерновым и зернобобовым соответственно, что также превышает показатели 2013 и 2012 года. А себестоимость 1 ц зерна с каждым годом снижается, в 2014 году ее показатель составил – 335,26 руб. и 298,16 руб. по озимым зерновым и зернобобовым соответственно.

Таким образом, можно обозначить направления по повышению эффективности производства зерна в ООО ПЗ «Наша Родина»: улучшение плодородия земель, применение удобрений, освоение севооборотов, применение наиболее урожайных сортов, улучшение семеноводства, соблюдение оптимальных сроков проведения сельскохозяйственных работ и выполнение их с высоким качеством, на борьбу с болезнями, вредителями и сорняками, совершенствование посевных площадей с учетом конъюнктуры рынка, углубление специализации, применения прогрессивных форм организации и оплаты труда, совершенствование форм хозяйствования. Не допускать потерь зерна при посеве, уборке, транспортировке [5, с. 259]. Все это позволит повысить урожайность зерна и снизить его себестоимость.

Использованные источники:

1. Алборов, Р. А. Управленческие аспекты стратегического анализа эффективности производства зерна в сельскохозяйственных организациях / Р. А. Алборов, С. М. Концевая, Г. Я. Остаев, М. Н. Габитова // Вестник Ижевской государственной сельскохозяйственной академии. - 2012. - № 4 (33). - С. 12-17.
2. Гоник, Г. Г. Погодные условия и урожайность основных сельскохозяйственных культур в Центральной Агроэкономической зоне Краснодарского края / Г. Г. Гоник, Г. Е. Гоник // В сборнике: Научно - обоснованные системы земледелия: теория и практика материалы Научно – практической конференции, пиуроченной к 80 – летнему юбилею В. М. Пенчукова. 2013. С. 55-59.
3. Макеенко, М. М. О развитии зернового хозяйства / М. М. Макеенко // Экономика сельского хозяйства. - 2011. - № 7. - С. 4.
4. Суслов, С. А. Повышение экономической эффективности производства и переработки зерна: монография / С. А. Суслов, А. Е. Шамин // Княгинино: Нижегородский государственный инженерно-экономический институт. - 2011. - С. 6.
5. Яроменко, Н.Н. Роль ключевой ставки в деятельности организации / Н.Н. Яроменко, Н.П. Васильева // В сборнике: Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа в России и за рубежом. Сборник статей IV Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – С.258-263.

Малярова В.В.
студент 4 курса
Останина Е.В.
старший преподаватель
кафедра управленческого учета и анализа
Кузбасский Государственный Технический
Университет имени Т.Ф. Горбачева
Институт экономики и управления
Россия, г. Кемерово

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТОИМОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИ ЗНАЧИМЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена: рассмотрению основных направлений и конкретных путей повышения достоверности результатов определения ресурсной стоимости крупнейших предприятий. Также уделено внимание вопросам выбора корректных методов расчета стоимости предприятия.

Ключевые слова: экономически значимое предприятие, стоимость, достоверность оценки, направления и пути повышения достоверности результатов оценочной работы.

Ways to improve the reliability of results of determining the value of economically significant enterprises

The article is dedicated: consideration of the main directions and concrete ways to improve the reliability of the results of the determination of the resource value of the largest enterprises. Also, attention is paid to the choice of the correct methods of calculating the value of the enterprise.

Keywords: the economic importance of the enterprise, cost, reliability assessment, directions and ways to improve the reliability of the results of the evaluation work.

В современной рыночной экономике на многих предприятиях наблюдается проблема оценки уровня точности определения цены и стоимости организации. Стоимостемеры, ценомеры типа весов, градусники являются мерными инструментами, а рубли и денежные средства – это показатели измерения экономических показателей. Мерные инструменты не используются и вряд ли в ближайшее время будут использованы [1].

У крупных предприятиях оцениваемые показатели являются интервальной величиной с пограничными значениями, поэтому о точности нельзя говорить [2].

Для решения задачи обеспечения более точных достоверных результатов оценки рассматриваемой показателей рассматриваются два метода : - теоретико-методическое; - организационное. Если рассматривать первый подход, то в нем говориться, что нужно в оценочном сообществе договориться о том, что такое стоимость предприятия и исключить другие вариации и характеристики.

Дисконтирования будущих денежных потоков хозяйственных объектов нельзя применять для определения стоимости крупных хозяйствующих объектов [3].

Методы затратных и доходных подходов применяются для определения экономически важных предприятий, они позволяют получать крайние значения искомой интервальной стоимости. На данном этапе оценщики используют метод дисконтирования ожидаемых денежных потоков, что является неправомерным и не объективным.

Для метода затратного подхода характерно применение предварительной инвентаризации основных средств и иных стоимостеобразующих элементов используемой формулы для решения стоящей оценочной задачи. Данные элементы затратного подхода не навредит проверки правильности всех произведенных ранее переоценок элементов их балансовых активов.

Для предприятия необходимо чтобы осовременивание стоимости активов было автоматизированным, для этого необходимо использовать продукт «ASIS®» [4]. Продут должен помочь в проведение внутреннего аудита выполненной переоценки стоимости активов на предприятие.

Проведение внешнего поможет потвердеть точность и корректность величины балансовой стоимости его активов.

Метод доходного подхода обеспечивает достоверную величину некоторых элементов заданной формулы, а именно средневзвешенное нормативное значение коэффициента эффективности влияет использования рабочего времени на структурных местах выполнения своих основных работ (СРМо) [5].

Результатом увеличения затрат рабочего времени на надзор качества выполненных работ, накладку , ремонт изношенного оборудования и зданий и сооружений, влияет средневзвешенное значение параметра изменения. Также средневзвешенное нормативное значение коэффициента резервирования производственной мощности СРМо предприятия для эффективной работы в любых ситуациях, также сюда можно отнести коэффициенты, которые определяют уровень технологии и техники, удельная нормативная валовая доходность производительность предприятия в расчете на один нормо-час затрат труда его основных производственных рабочих на производство продукции, коэффициент пересчета значения показателя валовой доходопроизводительности предприятия в величину его удельного чистого дохода на ту же дату.

Усредненная текущая безрисковая или кредитная ставка банковского процента, текущее значение банковской ставки рефинансирования- все эти элементы относятся к мультипликатору чистого дохода.

Экспертный совет саморегулируемого общества оценщиков подтверждает или не подтверждает надежность результатов оценки ресурсной стоимости данного предприятия. Руководители предприятия должны учитывать мнения оценщика. Это позволяет обеспечить исполнительность, взаимную ответственность, эксперта или оценщика отчета об анализе результатов предприятия. Все вышеуказанные лица несут наказание за ложную оценку и анализ предприятия. Основная задача Центробанка ЦБ РФ это разработка современных прогрессивных методов определения стоимости экономически значимых предприятий и иных востребованных активов.

Российская экономика нуждаются в контроле и организации института государственных оценщиков стоимости экономически важных предприятий, который будет выполнять следующие функции: ликвидация коррупционной заказной оценки хозяйственных объектов, а также прекращение недобросовестной конкуренции, защита экономических интересов государства и общества, наиважнейшее обеспечение ясности используемых методов расчета и оценок предприятия [6].

Институт, который будет учитывать чрезвычайную важность верного определения достоверной стоимости наиболее крупных объектов национального сокровища страны, рекомендуется создать при Президенте либо при Правительстве. Вместе с институтом оценщиков можно создать служба независимых государственных экспертов достоверности результатов определения стоимости экономически крупных и крупнейших активов. Лучше всего ее создать при Счётной Палате РФ.

Экспертам такой службы должны предоставить статус, как у аудиторов этой Палаты. Отбор для такой службы должен быть максимально строгим, в состав должны входить профессионалы, на начальном этапе экспертов недолжно быть много.

Для наблюдения работы государственных оценщиков могут привлекаться временные сотрудники владеющие большим опытом определения стоимости крупных хозяйственных объектов. В дальнейшем численность сотрудников может увеличиваться.

На первое время к оценочной работе в качестве государственных оценщиков, с продолжительным испытательным сроком, могут привлекаться временные сотрудники, владеющие теорией оценки и большим практическим опытом определения стоимости крупных хозяйственных объектов.

Допустимое название для предложенных институтов может выглядить так « Российский институт оценкологии» или « Российский институт оценковедения»

Использованные источники:

1. Ревуцкий Л.Д. О «точности» и достоверности результатов определения справедливой стоимости экономически значимых предприятий. - М.: // «Финансовый бизнес», № 5, 2014. С. 63 - 69.
2. Ревуцкий Л.Д. Метод определения одного из двух пограничных значений реалистичной рыночной стоимости экономически значимых предприятий.
3. Ревуцкий Л.Д. Ещё раз о неприменимости метода дисконтирования денежных потоков для определения стоимости доходоприносящих товаров.
4. Тришин В.Н. О причинах и последствиях занижения стоимости основных средств российских предприятий по международным и российским стандартам бухгалтерского учёта. Система “ASIS®” как инструмент решения этой проблемы. М.: // «Московский оценщик», № 5 (48), 2013. С. 18 – 29
5. Ревуцкий Л.Д. Уточненная формула для определения экономически справедливой рыночной стоимости предприятий. – М.: // «Аудит и финансовый анализ», № 4, 2010. С. 446 – 449
6. Ревуцкий Л.Д. Государственный подход к решению задач оценки справедливой стоимости предприятий. - Воронеж: // Электронный научно-практический журнал «Перспективы науки и образования», № 6, 2013 С. 220- 228

Маракулина Ю.Н.
преподаватель
кафедра «Управление развитием
пространственно-экономических систем»
факультет управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Газина В.Ю.
студент 3 курса
факультет управления
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПРОБЛЕМА КАССОВЫХ РАЗРЫВОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

Одной из проблем, возникающих при управлении денежными потоками, является появление кассовых разрывов. В статье предложены пути предотвращения и устранения кассовых разрывов с целью обеспечения финансовой устойчивости предприятия.

One of the problems arising from the management of cash flows, is the emergence of cash gaps. The article suggests ways to prevent and eliminate cash shortages with the aim of ensuring financial sustainability of the enterprise.

Ключевые слова: денежный поток, кассовый разрыв, бюджет, платежный календарь, дебиторская задолженность.

Keywords: cash flow, the cash gap, budget, payment schedule, receivables.

В современных условиях проблема управления денежными потоками становится ключевой для предприятий различных сфер деятельности, так как от ее решения во многом зависит возможность дальнейшего успешного функционирования хозяйствующего субъекта. Этим обусловлена необходимость проведения всестороннего анализа денежных потоков, выявления проблем и нахождения путей их решения. Одной из основных причин нарушения финансовой стабильности предприятия выступает наличие кассовых разрывов.

Анализ целесообразно начать с определения понятия «кассовый разрыв». Кассовый разрыв – это временно возникающий у предприятия недостаток денежных средств, достаточных для своевременного и полного финансирования наступивших расходов. Кассовый разрыв возникает в случае, когда сроки поступления денежных средств на предприятие не совпадают со сроками платежей [2]. Если в компании функционирует эффективный управленческий аппарат, то при оперативном и среднесрочном планировании денежных потоков, можно выявить возможность наступления кассового разрыва и принять меры по его предотвращению. Но при неграмотном финансовом планировании эта проблема является непредвиденной, и решить ее уже становится не так просто.

В зависимости от причины возникновения кассовых разрывов, существуют различные пути их преодоления. В первую очередь, для

предотвращения кассовых разрывов предприятию необходимо тщательное планирование своего бюджета, а так же составление платежного календаря. Бюджет - это смета доходов и расходов организации, составляемая, как правило, на год, сформированная в стоимостных и количественных величинах для принятия решений, планирования и контроля в процессе управления деятельностью компании. Платежный календарь – это плановый финансовый документ, инструмент оперативного планирования движений и остатков денежных средств предприятия в краткосрочной перспективе (день, неделя, месяц), позволяющий прогнозировать и контролировать исполнение предприятием и его контрагентами платежей, обеспечивать достаточность платежных средств и предотвращать кассовые разрывы [5]. Грамотно спланированный платежный календарь при должном уровне финансовой дисциплины позволяет также грамотно распоряжаться временно свободными денежными средствами от основной деятельности в финансовой деятельности и получать максимальный результат от использования временно свободных денежных активов предприятия. [2] Сочетание процесса бюджетирования и составления платежного календаря обеспечит эффективное управление денежными потоками и позволит реагировать на внешние и внутренние изменения. Если же проблема стала неизбежной, способы ее решения могут быть следующими:

1. Отсрочка платежей поставщикам.

Для этого необходимо оценить значимость каждого из поставщиков и определить, продление какой из задолженностей повлечет наименьшее количество негативных последствий. Этот способ позволяет в кратчайшие сроки сократить размер кассового разрыва, но при непродуманном применении может отрицательно сказаться на дальнейшем развитии предприятия.

2. Задержка выплаты заработной платы.

Этот метод так же является быстродействующим, но без должного согласования с трудовым коллективом, данная мера является противозаконной. Согласно ч. 6 ст. 136 ТК РФ ответственность работодателя за нарушение сроков выплаты заработной платы выражается в самозащите работников (право приостановить работу при задержке зарплаты), материальной, административная и уголовная ответственность работодателя за невыплату заработной платы [1]. Поэтому решение о применении данного метода требует особого внимания и осторожности.

3. Сокращение объемов дебиторской задолженности.

В соответствии как с российскими, так и международными стандартами бухгалтерского учета дебиторская задолженность - это сумма долгов, причитающихся организации от юридических и физических лиц в результате хозяйственных взаимоотношений с ними. Она возникает в том случае, если услуга (или товар) проданы, а денежные средства не получены. Дебиторская задолженность отвлекает средства из оборота организации, ухудшает ее финансовое положение. Своевременное взыскание дебиторской

задолженности - важнейшая задача системы управления активами организации. [6] Поэтому, когда дебиторская задолженность занимает в оборотном капитале немалую долю, то ее сокращение может привести к радикальному улучшению положения организации. Такой метод можно осуществить несколькими способами: можно ввести санкции за несвоевременное погашение дебиторской задолженности или же, напротив, поощрять ее своевременное погашение, например, путем предоставления дополнительного дисконта.

4. Прямые финансовые вливания

Если покрыть из собственных источников кассовый разрыв не получается, то эту проблему можно осуществить за счет заемных средств, источниками которых могут являться кредиты - как новые, так и пролонгированные, если последние имеются. Так же кредиты могут быть оформлены на физических лиц и переданы компании на основании договора займа. Описанный метод так же эффективен, но накладывает на организацию дополнительное финансовое бремя.

5. Дополнительные инвестиции

Для крупных предприятий способом преодоления кассовых разрывов может стать принятие решения о дополнительной эмиссии акций или введение в бизнес новых участников с целью увеличения уставного капитала.

Все вышеуказанные способы преодоления кассовых разрывов могут быть использованы хозяйствующим субъектом, как по отдельности, так и в сочетании друг с другом, если существует необходимость в этом. Такая проблема, как кассовый разрыв может привести к банкротству предприятия или потере части контроля над его деятельностью, чтобы не допустить этого, необходима грамотная система управления денежными потоками. Она позволит предприятию разработать сбалансированную финансовую стратегию, что, в свою очередь, будет способствовать стабильному и эффективному развитию бизнеса.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.10.2015)

2. Кассовый разрыв: дамоклов меч или рабочая ситуация финансового директора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/news/kassovyj_razryv/2011-05-16-153

3. Определение кассового разрыва [Электронный ресурс] // Бизнес монстр – журнал о финансах. – Режим доступа: http://businessmonster.ru/terminyi/opredelenie-kassovogo-razryiva.html

4. Кассовый разрыв — это один из проблемных моментов в бизнесе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://delatdelo.com/spravochnik/terminy/kassovyj-razryv.html

5. А. Ф. Гарифулин. Платежный календарь как инструмент бюджетирования / «Планово-экономический отдел», №1, 2012

6. Списание дебиторской задолженности / «Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения», № 21, ноябрь 2007

Маракулина Ю.Н.
преподаватель
кафедра «Управление развитием пространственно-экономических систем»
факультет управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Линик А.Ю.
студент 3 курса
факультет управления
Россия, г. Ростов-на-Дону

ПРОБЛЕМА НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ БУДУЩИХ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

В статье рассматривается хеджирование как механизм решения проблемы неопределенности будущих денежных потоков. Приводятся возможные шаги построения программы хеджирования ценовых рисков, а также сравниваются существующие инструменты хеджирования.

Ключевые слова: хеджирование, неопределенность денежных потоков, ценовой риск.

The article focuses on hedging, which is considered as a solution to the problem of the uncertainty about the expected cash flows. It considered possible steps for creation the hedging price risk program.

Key words: hedging, the uncertainty in cash flows, price risk.

Далеко не секрет, что для современного рынка характерен высокий уровень нестабильности. Частые изменения курса валют ставят под угрозу внешнеэкономическое взаимодействие организаций и вынуждают отказываться от поиска внешнего финансирования, которое предполагает выплату процентов в иностранной валюте. Непредвиденная инфляция не даёт возможности правильно оценить стоимость будущих денежных потоков. Все вышеперечисленное позволяет определить одну из проблем управления денежными потоками как неопределенность денежных потоков в будущем.

Многолетний опыт работы успешных компаний подтверждает, что наиболее эффективным способом решения проблемы неопределенности будущих денежных потоков является хеджирование финансовых рисков организации. Хеджирование заключается в использовании одного финансового инструмента для снижения риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого финансового инструмента, который связан с первым [2]. Цель применения хеджирования – устранение неопределенности будущих денежных потоков и повышение точности их прогнозирования.

Компания, принявшая решение хеджировать свои риски, должна пройти следующие шаги. Первым является выбор торговой площадки и торгуемого на ней фьючерса, который бы соответствовал реальному товару по динамике цен. Следующий шаг – это выбор клиринговой компании, которая будет гарантировать выполнение обязательств сторонами. Третьим шагом будет оформление документации.

Разработку программы хеджирования стоит начать с определения уже имеющихся и потенциальных рисков компании. Угроза ценового риска присутствует, если существуют следующие условия: непостоянство цен на производимые товары; компания не может самостоятельно устанавливать цены на используемые ею ресурсы; компания не может самостоятельно устанавливать цены на производимую ею продукцию, не изменяя при этом объем реализации [3]. Основными причинами ценовых рисков следует назвать наличие нереализованной готовой продукции. Когда риски будут выявлены, необходимо определить специалистов, в компетенции которых находится управление этими рисками. Далее проводится оценка рисков, которая часто основывается лишь на приблизительных расчетах ожидаемых потерь. Но для большей эффективности процесса хеджирования оценка риска должна основываться на точных расчетах максимально приближенных к реальности. После оценки риска менеджер решает, какой максимальных размер потерь готова понести компания. Потери, превышающие допустимые объём будут хеджироваться. После вышеперечисленных подготовительных действий можно приступать непосредственно к составлению программы хеджирования рисков. Здесь определяются конкретные инструменты срочных сделок, даты их заключения и исполнения и объёмы хеджирования[1].

Употребляя термин «хеджирование» мы в первую очередь говорим о целях и результатах, которые хотим получить, а не о применяемых средствах и инструментах. Принято выделять биржевые и внебиржевые инструменты хеджирования.

Внебиржевые инструменты – это форвардный контракт, в соответствии с которым покупатель и продавец соглашаются на поставку товара на определенную дату по фиксированным в момент заключения сделки цене, курсе валют и другими условиями, и товарные свопы - сделки, позволяющие менять потоки платежей, основанных на ценах товаров. Недостатками таких инструментов являются: низкая ликвидность, высокие расходы, риск невыполнения обязательств сторонами, ограничения на минимальный размер партии, сложность поиска контрагента. Но достоинствами внебиржевых инструментов хеджирования являются возможность в большей степени учесть требования клиента на тип товара, размер партии условия поставки, составление контрактов на длительные периоды, высокая конфиденциальность и отсутствие ограничений на долю рынка.

Биржевыми инструментами являются товарные фьючерсы – это

контракт, согласно которому одна сторона покупает у другой какой-либо товар или актив в будущем по оговоренной сейчас цене. Торговля товарными фьючерсами происходить исключительно на бирже. Достоинствами биржевых инструментов хеджирования являются: высокая ликвидность рынка, высокая надежность, низкие расходы, доступность. Недостатки заключаются в достаточно жестких ограничениях на сроки поставки товара и размеры партии, что не позволит в полной мере удовлетворить потребности клиента, биржевые инструменты ликвидны ограниченное время.

Составляя программу хеджирования необходимо определиться с его объёмом. По объему совершения операций можно выделить полное, частичное и селективное хеджирование. Полное и частичное хеджирование заключается в том, что осуществляется хеджирование всей сделки или только её части . Конечно, можно всегда использовать полное хеджирование и исключить все риски, но тогда значительно снизится доходность вложений. Поэтому чаще применяют частичное хеджирование, которое покрывает только часть сделки, позволяя участнику установить допустимую для него степень риска и увеличить доход. Селективное хеджирование подразумевает страхование только той части активов, которой участник рынка не желает рисковать, а с остальной частью совершаются высокорисковые операции, благодаря которым возможно получить высокий доход [4].

Кроме знания некоторых шагов разработки программы хеджирования необходимо иметь представление о его принципах, которые позволяют лучше понять сущность данного явления [3]. Во-первых, эффективная программа хеджирования не предполагает полное устранение рисков. Она лишь снижает их до допустимого уровня. Во-вторых затраты на хеджирование не должны превышать выгод от его применения, иначе нет смысла в его использовании. Третьим принципом хеджирования является необходимость разработки системы правил и процедур внутри фирмы. Это необходимо для более эффективной работы сотрудников, задействованных в процессе разработки и реализации хеджирования. Четвертый принцип – эффективность хеджирования оценивается в контексте вида деятельности и ситуации на рынке, а не просто по финансовым показателям.

Подводя итоги можно сделать вывод, что хеджирование имеет свои достоинства и недостатки, но если грамотно использовать данный вид деятельности в процессе управления денежными потоками, то можно эффективно решить актуальную проблему неопределенности будущих денежных потоков. Главное для каждой компании при формировании программы хеджирования рисков учитывать свою уникальность и особенности. Лишь в таком случае можно добиться поставленных целей.

Использованные источники:

1. Алексеева Г. И. Модели учета хеджирования // Банковское дело. 2014. № 5.

2. Гуляев И.Л. Хеджирование финансовых рисков - условие эффективного управления денежными потоками промышленного предприятия // Российское предпринимательство. — 2012. — № 22 (220). с. 78-82.
3. Резго Г.Я., Храмцова Е.Р. Современные технологии биржевого рынка (хеджирование и спекуляции на биржевом рынке). – М.: Феникс, 2004.– 90 с
4. Что такое хеджирование. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.forex.ua/risk/hed0.shtml(17.05.2013)

Маракулина Ю.Н.
преподаватель
кафедра «Управление развитием пространственно-экономических систем»
факультет управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Цедов В.В.
студент 3 курс
факультет управления
Россия, г. Ростов-на-Дону

УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КОРПОРАЦИИ И МЕТОДЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

В статье проведен анализ понятия «экономическая безопасность», рассмотрены основные угрозы экономической безопасности и методы их преодоления современными корпорациями.

Ключевые слова: корпорация, экономическая безопасность, угрозы безопасности.

The article analyzes the concept of "economic security", considered the main threat to the economic security and methods to overcome the modern corporation.

Keywords: the Corporation; the Economic security, security Threats.

В условиях экономической нестабильности, резкого колебания курса национальной валюты и стремительного изменения рыночной конъюнктуры российским предприятиям необходимо уделять особое внимание экономической безопасности.

Экономическая безопасность или финансовая безопасность — это состояние какого-либо хозяйствующего субъекта, характеризующееся наличием стабильного дохода и других ресурсов, которые позволяют поддержать уровень жизни на текущий момент и в обозримом будущем. Обеспечение экономической безопасности в частности для Российской Федерации предполагает такое состояние экономики, которое поддерживает достаточный уровень социального, политического и оборонного существования и инновационного развития, неуязвимость и независимость ее экономических интересов по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам и воздействиям [7].

Экономическая безопасность корпорации является комплексным понятием, которое аккумулирует в себе как факторы внутренней среды хозяйствующего субъекта, так и внешней среды, оказывающие непосредственное влияние на функционирование корпорации. Экономическая безопасность корпорации как система обеспечивает мобилизацию и наиболее оптимальное управление ресурсами предприятий, с целью обеспечения устойчивого функционирования корпорации и противодействия любым негативным воздействиям внешней среды. Таким образом, финансовая безопасность корпорации представляет собой состояние наиболее эффективного использования ресурсов предприятия, систему оценки и обеспечения устойчивого функционирования предприятия и корпорации [1].

Под угрозой экономической безопасности понимаются такие условия хозяйствования, которые негативно сказываются на экономической деятельности корпорации в настоящем или ближайшем будущем временном периоде.

Угрозы экономической безопасности подразделяются по источникам возникновения на внешние и внутренние, а по функциональной принадлежности на производственно-технологические, финансовые, маркетинговые, социальные и другие.

Одной из основных внешних угроз является потеря ниши на товарном рынке, другими словами, у корпорации нет возможности сбыта своего товара потенциальным покупателям. Это в свою очередь влечет кардинальное снижение уровня прибыли, платежеспособности, что может привести к банкротству. На возможность реализовать произведенную продукцию оказывают влияние:

- конъюнктура на национальном и мировом рынках. Спрос на отдельные виды продукции носит циклический характер, следовательно, периодически темпы производства должны замедляться, чтобы избежать затоваривания;
- технологические и технические сдвиги, влекущие за собой изменение спроса на отдельные виды товаров;
- активная деятельность конкурентов по увеличению объемов продаж: проведение маркетинговых кампания, улучшение качества и расширение ассортимента товара, снижение себестоимости, следовательно, и цены;
- введение санкций по отношению к стране и экспортируемым товарам.

Среди внутренних угроз экономической безопасности можно выделить снижение доступности получения кредитных средств. Так, Центральный банк РФ, используя такой инструмент денежно-кредитного регулирования как ставка рефинансирования, может либо сделать его более доступным, либо наоборот.

Следует отметить, что в настоящее время внутренние угрозы экономической безопасности корпораций лежат больше в производственной плоскости, нежели в финансовой. К ним можно отнести угрозу массового

выхода из строя устаревших элементов основного капитала, невозможность их восполнения и потеря из-за этого производственного потенциала [4].

Для повышения уровня экономической безопасности корпорациям следует опираться на следующие принципы организации деятельности:

- комплексность предполагает обеспечение безопасности всех ресурсов от возможных угроз доступными законными средствами;
- своевременность – постановка задач комплексной безопасности на ранних стадиях разработки системы безопасности на основе анализа и прогнозирования обстановки, угроз;
- непрерывность проведения мероприятий по обеспечению экономической безопасности;
- законность – любая деятельность, связанная с обеспечением экономической безопасности корпорации должна осуществляться в рамках действующего законодательства и не противоречить ему;
- экономическая целесообразность и сопоставимость возможного ущерба и затрат на обеспечение безопасности;
- специализация предполагает привлечение к разработке средств защиты корпорации профессионалов в данном вопросе;
- проведение мероприятий по поддержанию экономической безопасности на условиях взаимодействия и координации с использованием новейших методов и технологий.

Нейтрализация угроз экономической безопасности предприятий представляет собой систему взглядов на финансовые проблемы на различных этапах и уровнях производственной деятельности, а также основные принципы, направления и этапы реализации антикризисных мер. Ключевым направлением обеспечения финансовой составляющей экономической безопасности предприятий является контроль за всеми сторонами хозяйственной деятельности (повышение прибыльности, рентабельности, обеспечение платежеспособности и ликвидности). Добиться максимального эффекта в предотвращении угроз экономической безопасности можно только на основе разработки плана реализации концепции развития, постоянного оперативного анализа деятельности корпорации и оценке негативных воздействий можно создав единую систему анализа и оценки данных по состоянию обеспечения всех отчетных данных экономической деятельности корпорации.

Таким образом, можно сказать, что экономическая безопасность корпорации представляет собой состояние защищенности от негативных факторов различной природы.

Использованные источники:

1. Басалай С.В. Построение системы управления рисками для повышения экономической безопасности // Микроэкономика. - 2011. - №4. - С.50-70.
2. Бендиков М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития // Менеджмент в России и за рубежом. - 2007. - №2. - С.12.

3. Соловьев А.И. Экономическая безопасность хозяйствующего субъекта // Конфидент. - 2012. -№6. - С.30-33.
4. Хаупшев, А.Х. Развитие системы экономической безопасности. // Бизнес-информ, 2009. №5. - С.80-85.
5. Шлыков, В.А. Экономическая безопасность предприятия. // РИСК, 2013, №10. - С. 22-26.
6. Российский Экономический Журнал [Электронный ресурс]: экономический научный журнал / О неотложных мерах по укреплению экономической безопасности. – С. Глазьев: АНО «Академия менеджмента и бизнес - администрирования», 2015. - . – режим доступа к журн.: http://www.re-j.ru/.
7. Портал по экономической безопасности http://www.security-zone.ru/

Маренов Б.И., к.т.н.
доцент
кафедра мировой экономики и региональных рынков
ННГУ им Н.И. Лобачевского

ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПОИСКА ОРУЖИЯ И БОЕПРИПАСОВ: АНАЛИЗ, ВЫБОР ОПТИМАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ

Аннотация: *в статье рассматривается актуальность применения технических средств поиска оружия и боеприпасов, проведен анализ различных моделей технических средств, даны рекомендации по выбору данной группы технических средств.*

Ключевые слова: *технические средства поиска оружия, таможенный контроль, металлодетекторы.*

Актуальность этой группы технических средств вызвана участившимися случаями таможенных правонарушений, в том числе – перевозками через таможенную границу оружия и боеприпасов. Поэтому таможенный контроль за незаконным перевозом оружия и боеприпасами имеет исключительное значение не только при повседневном контроле товаров и транспортных средств при перевозке их через таможенную границу, но и для скорейшего прекращения войн, вооруженных конфликтов, террористических актов, возрастающих в мире в последнее время.

Кроме того, в настоящее время и среди нашего населения все более усиливается интерес к техническим средствам поиска металлических предметов (металлоискателям и металлодетекторам) Это связано не только с их прямым назначением – контролем товаров, транспортных средств на таможенной границе. Большой интерес к этой группой технических средств проявляют и различные поисково-спасательные организации, и общественные группы добровольцев - поисковиков.

С этой целью автором был выполнен сравнительный анализ этой группы техники для выбора наиболее приемлемых моделей.

В настоящее время таможенные органы оснащены значительной номенклатурой технических средств таможенного контроля оружия и

боеприпасов [2,3]. Вместе с тем, ряд типов и моделей этой группы технических средств контроля уже устарели и не в полной мере отвечают современным требованиям.

К основным недостаткам при эксплуатации металлоискателей и металлодетекторов относят их громоздкость, небольшую пропускную способность. Особые претензии со стороны таможенных работников вызывает не способность ряда моделей этой группы отличать оружие и боеприпасы от обычного металла. Кроме того, большая часть приборов этого типа имеет малую зону обнаружения

Поэтому возникла необходимость среди многообразия ТС контроля оружия и боеприпасов выбрать наиболее приемлемые средства для успешной работы таможенных органов при контроле перевозимых через таможенную границу товаров и транспортных средств

Объектами исследований были выбраны современные модели металлодетекторов, применяющихся при контроле наличия оружия и боеприпасов в таможенном деле:

- металлодетектор GARRETT SUPER SCANNER (США);
- металлодетектор GARRETT SUPERWAND (США);
- металлодетектор АКА 7215М Унискан (Россия);
- металлодетектор АКА 7202М (Россия);
- металлодетектор ВМ-611 РД (Россия).

В качестве критериев анализа были выбраны наиболее важные показатели металлодетекторов, играющие решающую роль для контроля наличия оружия и боеприпасов.

К таким показателям относится, прежде всего, основной показатель : расстояние обнаружения объектов поиска, который зависит от следующих основных объектов поиска: пистолет ПМ, штык-нож, стальная пластина (бритвенное лезвие).

Результаты анализа приведены в табл.1

Таблица 1 – Анализ характеристик металлодетекторов

Объекты поиска	Модели металлодетекторов для выполнения анализа					
	GARRETT SUPER SCANNER	GARRETT SUPER WAND	АКА 7215М Унискан	АКА 7202М	ВМ-611 РД	ВМ-611 РД
1.Пистолет ПМ	23 см	23 см	25 см	25 см	20 см	20 см
2.Штык-нож	18 см	18 см	15 см	12 см	15 см	15 см
3.Стальная пластина	8 см	8 см	3 см	3 см	1см	1см

Из других показателей сравнения, тоже играющих важное значение

для технических средств контроля наличия оружия и боеприпасов, мы выбрали следующие:

- Время непрерывной работы
- Габариты
- Масса
- Электропитание
- Индикация
- Рабочая частота
- Звуковой сигнал
- Диапазон рабочих температур
- Влажность, при которой нормально работает прибор

Результаты анализа по этим критериям приведены в табл.2

Таблица 2- Характеристики работы металлодетекторов

Критерии сравнения	GARRETT SUPER SCANNER	GARRETT SUPERWAND	АКА 7215М Унискан	АКА 7202М	Металлоискатель ВМ-611 РД
1.Время непрерывной работы	80 часов	80 часов	40 часов	90 часов	80 часов
2.Габариты	9 х 5 х 42 см	8,3 х 3,2 х 48,3 см	415х85х35 мм	415х85х35мм	410х80х30 мм
3.Масса	500 гр.	450 гр	410	410	0,30 кг
4.Электропитание	9 В "крона"	9 В, "крона"	9 В	9 В	9 В
5.Индикация	Световая и звуковая	световая, звуковая, вибрационная	Световая и звуковая	световая и звуковая	звуковая
6.Рабочая частота	95 кГц	93 кГц	25 кГц	7 кГц	22 кГц
7.Звуковой сигнал	2 кГц	2 кГц	2 кГц	2 кГц	2 кГц
8.Диапазон рабочих температур	-37 до +70 С°	-37 до +70 °	минус 15° до + 45С°	-10...+40	-15 до +50 °С
9.Влажность	до 95 % без прямого конденсата	до 95 % без прямого конденсата	до 98 %	до 98%	до 98%

Из анализа следует основной вывод:

Наиболее удачным следует считать ручной металлодетектор «Garrett Super Wand», так как он имеет следующие преимущества:

1. «Garrett Super Wand»- единственный металлодетектор с тремя режимами тревоги: звуковой, световой и тихой (сигнал вибрацией).

2. Особый дизайн позволяет повысить чувствительность прибора, которая не зависит от угла расположения к сканируемому человеку, либо предмету, что повышает возможность выявления скрытых металлов.

3.Уровень чувствительности к металлам настраивается автоматически, поэтому начинать работу можно сразу после включения детектора. Кроме того, модель самостоятельно следит за состоянием заряда батарей, своевременно предупреждая об их разрядке.

4.Три варианта индикации нахождения металла: вибрационный, звуковой и световой не позволят пропустить сигнал металлодетектора. Чувствительная зона металлодетектора распределена по всей его поверхности.

5.Металлодетектор Garrett Super Wand не требует дополнительных регулировок. Обладает круговой диаграммой сканирования - 360°,

6.Garrett Super Wand очень эффективен в определении даже мельчайших металлических предметов.

7.Обширные проведенные исследования не выявили вредных влияний металлодетекторов на беременных женщин и лиц, имеющих кардиостимуляторы.

Результаты анализа позволили так же выявить <u>общие основные недостатки существующих металлодетекторов:</u>

1.Малая пропускная способность, на досмотр одного человека уходит несколько минут.

2.Время непрерывной работы относительно небольшое

3. Малая зона обнаружения(селективность).

<u>Некоторые направления и перспективы развития</u>:

1.Селективность по металлам, а точнее говоря, - по типам обнаруживаемых мишеней. Активность разработок ведущих зарубежных фирм, выпускающих электронные металлодетекторы, в последние годы была сконцентрирована именно вокруг данной задачи.

2. В большинстве приборов используются в качестве элементов как заменяемые батареи, так и подзаряжаемые аккумуляторы. Большое значение имеет время непрерывной работы прибора без подзарядки (без замены батарей). Зачастую заменить батареи или зарядить аккумулятор просто не представляется возможным, например, в случае когда прибор используется патрулем, оперативными службами и т.п. И тогда особенно актуальным становится наличие функции предупреждения о разряде батарей. Очень важно, чтобы после оповещения о необходимости замены батарей (подзарядки аккумуляторов) прибор сохранял работоспособность в течение ощутимого отрезка времени – хотя бы 2–3 часа.

Использованные источники:
1. Приказ ФТС РФ от 21 декабря 2010 года № 2509 « Об утверждении перечня и порядка применения технических средств таможенного контроля в таможенных органах Российской Федерации»
2. Обоснование классификации технических средств таможенного контроля в зависимости от оперативных задач *Задорожный Ю.В., Маренов Б.И.* Экономика и социум. 2014. № 4-6 (13). С. 734-741.
3. Основы применения технических средств таможенного контроля *Маренов Б.И., Задорожный Ю.В.* практикум / Санкт-Петербург, 2015.

Маркова Е.Г.
студент 4 курса
СВФУ им. М. К. Аммосова
Финансово-экономический институт
Россия, г. Якутск

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ (УСЛУГ) НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА «UMBRO» РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

В статье рассматривается совершенствование конъюнктуры рынка спортивных товаров (услуг) на примере магазина «Umbro», расположенный в г. Якутске. Исследование конъюнктуры рынка на примере конкретного предприятия позволяет оценить и изучить аспекты, которые могли бы помочь каждому, кто занимается куплей-продажей товаров (услуг) в городе с небольшим количеством населения достигнуть долгосрочного и перспективного развития своего предприятия. Именно исследование отдельных аспектов, как конкурентоспособность, спрос и предложение, предоставляемый ассортимент, ценовая, товарная, сбытовая политики позволяют изучить и выявить пути совершенствования конъюнктуры рынка.

Ключевые слова: конъюнктура, конкурентоспособность, ценовая политика, коммерческая деятельность, экономическая целесообразность, спрос, предложение.

The article deals with the improvement of market sporting goods (services) on the example of the store «Umbro», located in the city of Yakutsk. Market research on the example of a particular company to evaluate and explore the aspects that could help anyone who is engaged in the purchase and sale of goods (services) in the city with a small amount of the population to achieve long-term and long-term development of the enterprise. It is a study of certain aspects such as competitiveness, supply and demand, provided assortment, pricing, product, marketing policy allow us to study and identify ways to improve market conditions.

Keywords : environment , competitiveness, price policy, business , economic feasibility , demand, supply .

Исследования конъюнктуры рынка имеют огромное значение в системе исследований рынка в целом. Рынок является крайне динамичной единицей коммерческой деятельности, и, следовательно, исследования конъюнктуры просто необходимы для полного восприятия функционирования рынка. Ни одна фирма, крупная или малая, занимающаяся куплей-продажей товаров, не сумеет успешно функционировать без оценки положения на рынке. Любое долгосрочное или оперативное маркетинговое решение принимается на базе конъюнктурных оценок. Рыночная конъюнктура определяет коммерческую ценность и конкурентоспособность товаров, возможность и экономическую целесообразность купли-продажи, выбор потенциальных и фактических стран-экспортеров (импортеров) и фирм-контрагентов, и поиск благоприятного момента выхода на рынок, формы и методы этого выхода.

Субъектом рынка выступает магазин спортивных товаров «Umbro», расположенный по адресу ул. Орджоникидзе 49 (напротив ТЦ «Оптимист»), занимается торговлей спортивной одежды, инвентаря и аксессуаров. Магазин «Umbro» не только способствует наиболее полному удовлетворению потребительского спроса на качественную спортивную продукцию и получению прибыли, но и уделяет большое внимание развитию физической культуры и спорта, пропагандируя активный и здоровый образ жизни, а также проводит большую работу в деле привлечения общественности к занятию спортом, что отражает некую скрытую услугу, предоставляемую для покупателей, которая показывает сочетание товара с услугами.

Основными сегментами рынка являются покупатели в возрасте от 16 до 25 лет, что очень даже очевидно для данного вида продукции. Именно в этом возрасте большинство людей стремиться заниматься спортом, поддерживать свое тело. Потребители приобретают спортивную продукцию именно в одном понравившемся магазине и не предпочитают экспериментировать с новинками на рынке, по типу продукции наибольшим спросом пользуются спортивные костюмы и обувь.

ABC – анализ

А-группа	Спортивные костюмы, обувь. Товары высокой приоритетности, приносящие большой (основной) процент дохода
В-группа	Футболки/поло, толстовки, спортивные брюки. Товары средней приоритетности, составляющие существенную часть прибыли
С-группа	Аксессуары, спортивный инвентарь, белье. Товары низкой приоритетности, приносящие самый маленький процент дохода

Данные взяты из результатов анкетирования и опроса покупателей и у

самого магазина «Umbro». Каждый сезон поставок нового ассортимента именно спортивные костюмы и обувь заменяются новыми моделями. У товаров С-группы (аксессуары, спортивный инвентарь, белье) жизненный цикл на уровне спада, так как цены на эти товары достаточно низкие и основную прибыль они не приносят, а также данные товары сезонны. Например, люди не станут покупать пару фирменных носков за 100 рублей, они скорее приобретут обычные трое пар за ту же цену. Но это можно исправить с помощью некоторых мероприятий, например запустить рекламу с данной группой товаров, а именно повесить стенд около входа в магазин или развесить плакаты на улицах, но такую выбрать такую рекламу, чтоб затраты на нее были минимальны. А также можно из данной групп товаров сделать товар рыночной новизны, более усовершенствовать его, закупать у поставщиков те товары, которые имеют дополнительные функции, яркие окраски.

Сильной стороной товарной политики является то, что магазин направлен на продажу брендовых спортивных товаров таких фирм, как «Umbro» и «Asics», которые уже освоились на местном рынке и популярны среди граждан. «Umbro»— британский производитель и поставщик спортивной одежды и экипировки, производит все виды спортивной одежды, включая бутсы и тренировочную форму, также производит повседневную одежду. «ASICS» — японская корпорация, являющаяся одним из лидеров по продаже спортивной продукции, и относится к топовым брендам по производству спортивной обуви и одежды, занимает 3-е место в мире среди крупнейших компаний, производящих спортивную одежду и обувь.

Цены формируются относительно цен конкурентов, и они намного ниже, чем у них. Главной особенностью этого является бренд, цена производителя. По сравнению с такими фирмами, как «Nike», «Adidas» и «Reebok» фирмы магазина «Umbro» не так продвинуты на мировом рынке, все равно «Nike», «Adidas» и «Reebok» являются наиболее известными. Это происходит за счет колоссального количества клиентов по всему миру, именно эти фирмы постоянно выпускают усовершенствованные модели, различные виды товаров, как для спорта, так и для повседневной жизни. Но зато фирмы магазина «Umbro» («Asics» и «Umbro») опережают такие фирмы, как «Tiger Force», «Forward», «Bosco», «Puma» и «Demix». На самом деле, все зависит от коммуникативной политики (рекламы). Телевизионной рекламы фирм «Asics» и «Umbro» практически не существует. Магазин спортивных товаров «Umbro» использует текущие стратегии сбыта и стратегию конкурентов.

Таким образом, можно с уверенностью отметить, что исследования рынка являются необходимыми и незаменимыми элементами функционирования любой компании. Исследования могут представлять именно те данные, которые важны при эффективной рыночной деятельности. Магазин «Umbro» достаточно перспективен и рентабелен, следует лишь распланировать и полностью исследовать конъюнктуру рынка,

а главное определить характер и степень сбалансированности, прежде всего соотношения спроса и предложения. В целом, рост спроса на товары спортивного назначения остается стабильным, поэтому прогноз магазина «Umbro» относительно темпов роста и географического расширения рынка спортивных товаров в регионы России расценивается как однозначно положительный.

Использованные источники:

1. «Маркетинг: учебное пособие» О. В. Воронкова, 2009г.
2. «Маркетинг: учебно-методическое пособие» И. В. Ильичева, 2010г.
3. «Основы ценообразования» О. В. Васюхин, 2010г.
4. «Маркетинг. Учебник для студентов бакалавриата» И. В. Липсиц, 2012г.
5. «Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер» Ф. Котлер, 2011г.

Маслак Е.Н., к.ист.н.
доцент
Восканян К.А.
студент, 4 курс
Высшая школа бизнеса
ФГАОУ "Южный федеральный университет"
Россия, г. Ростов-на-Дону

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В СФЕРУ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Россия, согласно исследованию Всемирной туристической организации (UNWTO) и Всемирного совета по туризму (WTTC), по уровню конкурентоспособности занимает на мировом туристическом рынке 68 место. В современной «экономике знаний» конкурентоспособность связана с умением разрабатывать и предлагать инновации в соответствии с новыми тенденциями в спросе на туристический тур.Экономическая наука уверенно относит к инновационным тенденциям в производстве турпродукта только тренды в е-туризме (развитие электронного предложения туристских услуг, рекламы, других маркетинговых коммуникаций, продаж через Интернет).[1]

Постоянно претерпевают изменения характер и структура туризма. С помощью новых технологий можно прекрасно организовать отпуск, который конкурентоспособен с традиционным предложением. Сменяя массовый, стандартный и комплексный туризм, появляются новые виды, которые сделаны на заказ с учетом спроса.

На новый туризм влияют многие факторы. Речь идет о демографических изменениях (старении населения), стиле жизни, характере работы, частоте и продолжительности отпусков. Люди хотят новых и нестандартных путешествий. Многие инновационные туристские продукты заняли определенную нишу на рынке (например, развитие экологического, приключенческого, экстремального туризма).

С помощью новейших технологий внедряются е-туризм (e-tourism), е-

путешествия (e-travel) и туристские информационные системы.

Е-туризм является онлайновой службой, которая обеспечивает прямые продажи услуг туризма конечному потребителю. В ней объединяются производители, турагенты и посредники.

Е-путешествия является онлайновой информационной службой, которая дает консультации по вопросам, которые возникают при планировании поездок и путешествий.

Туристскими информационными системами обслуживаются и получают от них информационную поддержку организации, профиль которых - е-туризм и е-путешествия. Информация, которую получают из этих источников, является исходной точкой для тех, кто планирует путешествия, сопоставляет цены и динамически компонует туры.

При динамической компоновке туров (пэкидж-тур) можно в реальном времени составлять, как того требует потребитель или агент, продающий услуги, самые разные комбинации поездки, при этом будет единая цена на все услуги, включенные в тур. Путешественники могут составить свою личную поездку, выбрав подходящий им транспорт и рейсы, отели, экскурсии, единовременно оплатить все заказанные услуги

Возможность формировать пэкидж-туры по заказу стала причиной того, что продажи услуг, которые объединяются в один пакет, постоянно растут.

Сейчас очень популярен альянс The Travel Industry's Leading Specifications Publication Organization (OTA), который состоит из 150 организации, они представляют всех сектора туризма. Альянс - некоммерческая организация, и она создает единый электронный язык для того, чтобы использовать его при обмене туристской информацией. Недавно альянсом было заключено соглашение со Всемирной туристской организацией, и они объединили усилия и взаимодействие.

Если европейские компании туристского профиля почти всю свою деятельность ведут на интернет-уровне, то в России данная система развита еще относительно слабо. Хотя, положительные тенденции выявлены[2]

Одно из главных направлений инноваций в гостиничном и туристском бизнесе - это мультимедийные технологии, в частности - справочники, буклеты, каталоги. Сейчас туристскими фирмами и гостиницами выпускаются справочники и каталоги (книги, видеокассеты, лазерные диски и т.д.). Мультимедийные технологии помогают оперативно предоставлять потенциальным гостям информацию, а также безошибочно выбирать именно тот тур, в котором нуждаются гости. Благодаря электронным каталогам можно виртуально путешествовать по номерам отеля, рассмотреть залы ресторанов, конгресс-центры, вестибюли, узнать все о гостиничном предприятии, о предоставляемых услугах, льготах и скидках.

Среди негативных факторов, которые сдерживают развитие индустрии туризма - боязнь терроризма,в свете последних событий в Египте и различных катастроф, а также сильного колебания цен рынка недвижимости.

Проблему безопасности гостиничного предприятия также можно решить с помощью инноваций. Это телевизионная система наблюдения, система контроля за доступом, система защиты. Но предприятий, которые оснащены этой защитой, пока недостаточно.

Еще одно эффективное средств - внутриномерные электронные сейфы в отелях категории четыре и пять звезд. Установку электронных замков считают одним из самых эффективных средств защиты от краж.

Мир бизнеса меняется очень быстро, прошлые знания устаревают, и для профессионализма компетентности любой работник сферы туризма должен постоянно совершенствовать свои знания.[3]

Для того, чтобы развивать инновационные технологии, в сфере туризма российский туристский рынок должен повышать общую ответственности правительства, которое делает ставку на развитие туризма; обеспечивать безопасность туристов; усиливать роль государственно-частных партнерств в развитии туристской сферы.

Использованные источники:

1. Конкурентоспособность России в глобальной экономике/ [А.А. Дынкин, Ю.В. Куренков, Ю.Л. Адно и др.]; Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. - М.: Междунар. Отношения, 2013;
2. Минько Э. В. Качество и конкурентоспособность/ Э.В. Минько, М.Л. Кричевский. - СПб. и др.: Питер, 2014.
3. Комелькова Л.С. Рынок туристических услуг. // Практический маркетинг. – 2013. - №11

Михоношин Д.И.
магистрант гр. ИМЗМО12
Угримова С.Н., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Донской государственный технический университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОБЗОР НАУЧНЫХ ШКОЛ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В статье сделана попытка проанализировать сложившиеся научные школы стратегического менеджмента, дана их краткая характеристика, выделены недостатки применения.

Abstract. The article attempts to analyze the existing scientific schools of strategic management, given their brief characteristics, highlighted the shortcomings of exploitation

Ключевые слова: стратегический менеджмент, школы стратегического менеджмента, базис стратегий, инструментарий школ, недостатки

Keywords: strategic management, schools of strategic management, the basis of strategies, tools of schools, disadvantages

Современное положение отечественной экономики заставляет руководителей прийти к выводу, что стратегический менеджмент - это средство достижения поставленных задач, способных реализовать цель организации и стать более успешной, конкурентоспособной, защищенной.

Понятие «стратегическое управление» появилось на рубеже 1960-70 гг. Это было сделано для того, чтобы определить разницу между текущим управлением на уровне производства и управлением, осуществляемом на высшем уровне.

Стратегическое управление фирмой определяет не только генеральный курс развития предприятия, но и позволяет:

– обеспечить общее понимание того, для чего существует организация;
– объединить решение руководителей всех уровней управления, связанных со стратегией;
– осуществить более эффективное управление организацией;
– использовать новые и прогрессивные разработки

Основа стратегического менеджмента заключается в стремлении на базе системного и процессного подходов объяснить, почему одни компании получают конкурентные преимущества перед другими и какие стратегии можно назвать наиболее эффективными.

Приоритетным является упреждающий подход - направленность на желаемое состояние организации в будущем, а средством его достижения – изменение самой организации. С появлением стратегического менеджмента произошла смена ментальности управленцев от формулы «От прошлого через настоящее в будущее» к формуле «От успешного будущего к настоящему» [1, с.12].

Повышается роль методического, информационного и правового обеспечения системы, так как эти проблемы стратегический менеджмент прогнозирует и решает на длительную перспективу.

Вопросы определения и разработки стратегий выделены в школах стратегического менеджмента. Анализ школ стратегического менеджмента представлен в работе «Школы стратегий» Г. Минцберга, Б. Альстренда и Дж. Лэмпела [3]. Авторы выделяют десять научных школ.

Представим школы стратегического менеджмента в таблице 1. В каждой из них обозначим основное направление и инструментарий, а также выделим возможные недостатки.

Таблица 1

Обзор школ стратегического менеджмента

Название школы	Базис	Инструментарий	Недостатки
1	2	3	4
Дизайна 1957 - 1962 гг.	Акцент на уникальности	– SWOT– анализ	– игнорирование обучения; – отсутствие гибкости

Планирования 1959 г.	Выделяет процесс планирования, конкретизирует результаты процессов	– матрица «товар-рынок» И.Ансоффа; – модели анализа текущего состояния	– отсутствие гибкости; – некоторые показатели могут быть не учтены
Позиционирования 1960 - 1970 гг.	Делает упор стратегии, соответствующей позиционированию на рынке	– матрица БКГ; – конкурентный и отраслевой анализ; – матрица «МакКинзи»	– направленность на крупный бизнес; – повышенное внимание анализу и расчетам; – отказ от уникальности стратегии
Предпринимательства 1970 - е гг.	Фиксируется на стратегии развития, существует в сознании руководителя в виде перспективы	– эвристические методы; – модель структурных изменений	– зависимость от субъективного фактора; – менеджеры лишаются возможности креативной работы; – высокие риски
Власти 1965 г.	Акцентируется на корыстных интересах и стремлении получить контроль над ресурсами	– методы убеждения; – кооптирование; – политические игры	– не затрагивается роль других факторов; – имеет спонтанный характер
Когнитивная 1970 - е гг.	Концентрирует внимание на зарождении стратегии как перспективы	– информационные конструкты; – когнитивная психология	– недостаточность формирования стратегии конкретных организаций
Обучения 1970 - 1990 гг.	Особо отмечает процесс обучения, в котором схемы действий трансформируются в планы на будущее	– обучающие и имитационные модели	– удаленность от принятой стратегии при появлении новых инициатив; – перспективная стратегия может привести к нежелательной ситуации
Культуры 1980 г.	Выдвигает на первый план социальное взаимодействие сотрудников	– теория ресурсной базы	– постоянство в управлении; – легко разрушаема; – содействует сохранению текущей стратегии
Внешней среды 1980 - е гг.	Заостряет внимание на адаптации	– модели политической социологии;	– безальтернативность выбора стратегии;

	организации к действию внешних сил	–институциональные принципы	– общая абстрактность и расплывчатость рекомендаций
Конфигурации 1991 г.	Поддержание стабильности организации на продолжительных отрезках времени	– графические методы; – куб изменений Минцберга	– описание организаций сведено к их типам с обобщенными характеристиками

Итак, рассмотренные нами основные школы стратегического менеджмента предусматривают различные подходы и инструменты при разработке стратегий. Одним удалось успешно зарекомендовать себя в практике управления и теперь они удерживают надежные позиции при проведении анализа деятельности организаций. Другие продемонстрировали свою эффективность в развивающихся, инновационных секторах бизнеса. Третьи больше подходят для моделирования стратегических изменений в бюджетных организациях.

С учетом систематизации научных школ стратегического менеджмента в таблице 1, можно отметить, что их объединяет поддержание стабильности организации и использование системного подхода в решении организационных проблем компании на долгосрочную перспективу, но в то же время каждая из них иначе расставляет бизнес-приоритеты, применяя специфическую методологию.

Применение стратегических школ менеджмента развивает управленческое мышление в целях эффективного развития организации. Руководители, владеющие знаниями и навыками стратегического менеджмента, получают больше возможностей в условиях кризиса сохранить свои позиции и остаться конкурентоспособным.

Ефремов В.С. утверждает, что «…успех сопутствует тем организациям, чьи стратегии нацелены на активное использование внутреннего потенциала для изменения внешнего окружения, а не простого приспособления к нему…» [2, с. 61–62]. Я разделяю эту точку зрению, т.к. невозможно разработать и осуществить продуктивную стратегию, если организация не располагает механизмом обучения и управления организационными знаниями.

Стратегия – не просто представление о том, как вести себя с конкурентами на рынке. Основные положения каждой научной школы заставляют нас обратиться к наиболее фундаментальным аспектам организации как инструмента коллективного восприятия и действия.

Итак, стратегии выбираются и реализуются для каждой организации индивидуально, учитывая отраслевые особенности бизнес-процесса. Руководители и менеджеры в современных условиях должны владеть знаниями и навыками школ стратегий, а также применять необходимые, эффективные и передовые методы из всего набора методов, предоставленных школами, для решения задач стратегического

планирования, возникающих в определенных организациях и в определенный момент времени.

Таким образом, каждая из десяти школ субъективно подходит к рассмотрению одного и того же процесса. Школы стратегического менеджмента разделены на десять видов. Если говорить о теоретическом изучении, то это удобно. Что касается практической стороны – нет. Зарождение стратегии является сложным процессом, а десять видов школ – сложны для человеческого сознания. Тем не менее, изучение всех школ поможет руководителям при выборе той или стратегии (школы) учесть все аспекты функционирования компании и определить оптимальный курс развития.

Использованные источники:

1. Алимов А.Н. Стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие / А.Н. Алимов. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2014. – 276 с.
2. Ефремов В.С. Стратегическое планирование в бизнес-системах / В.С. Ефремов. – М.: Финпресс, 2001. – 240 с.
3. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 330 с.

Мостовая И.В., д.с.н.
профессор
Высшая школа бизнеса ЮФУ
Россия, г. Ростов-на-Дону

ИДЕНТИЧНОСТЬ ВО ВНУТРИКОРПОРАТИВНОМ ПОЛЕ

Флагманы современной экономики – крупные предприятия с большими коллективами. Координация трудовых взаимодействий в них – не механистическая задача, она во многом связана с формированием коллективности и включенности работников в достижение производственных целей. Профессиональная и корпоративная идентичность при этом должны рассматриваться не как состояние, а как процесс, не как характеристика, а как отношение.

В недолгий период рыночного постсоветсткого развития российской экономики корпорации довольно быстро превратились из ее «очагов» в «столпы». Исследователям стала понятна значимость организационных технологий в формировании «обществ в обществе». Они создаются группами людей с экономическими целями, саомуправляемы, и в своем правовом бытии отделены от индивидов (частных лиц), которых в себе объединяют. Основы корпоративного строительства, по сути, институциональны. Это подтверждает и всемирная история корпораций, которые возникали в поле задач, связанных с реализацией государственных потребностей, были наделяемы правовым ресурсом и другими поддержками со стороны «общества», а также выстраивали собственную архитектонику на таких же институциональных основаниях. Вводились писаный порядок, деловая иерархия, регламенты действий и взаимоотношений, распределение

ресурсов, правила кадрового обеспечения, планы-графики решения задач, контроля качества, условия снабжения и т.п. Отсюда и возникал целостный комплекс разнообразных элементов социально-группового строения, функциональные задачи которого могли разрастаться и видоизменяться в связи с расширением поля деятельности в пространственно-географических, производственно-сервисных, информационно-технологических и иных форматах.

Однако организационные технологии, лежащие в основе корпоративного строительства, с самых ранних этапов развития корпораций уже в обществах индустриальной эпохи, дополнялись и существенно опирались на гуманитарные технологии, укреплявшие корпоративную идентичность посредством осознанного инструментального воздействия на духовную, ментальную, нравственную, культурную и социальную сферу вовлеченных людей. Сплоченность и целеустремленность сотрудников корпорации, их мотивация к продуктивной деятельности достигалась посредством применения множества методов, в том числе формирующих специальную символическую платформу корпоративной идентичности. Аналитики этого процесса отмечают, что внешняя и внутренняя среда современных организаций насыщена социальными мифами, которые в значительной степени определяют жизнь этих современных организаций. Интериоризация символики и ее аксиологического наполнения при этом идет отнюдь не спонтанно, а с дирижистским участием менеджмента, который часто напористо – в ущерб качеству и гармоничности процесса – проводит запланированные процедуры аккультурации. Это, конечно, верно и в целом, как общий принцип, но в первую очередь должно быть отнесено к маргинальным контекстам, к условиям высокой динамики социальных изменений и непосредственно к молодым организациям.

Современный социальный мир становится все более изменчивым, текучим. Перемены затрагивают очень многие, в том числе институциональные, процессы, превращая прежде стабильные формы в зыбкие и распадающиеся. Меняется среда трудовых коллективов, структура производственного действия, и эти явления вызывают желание большинства участников сделать мир вновь стабильным, устойчивым и предсказуемым. Этого хотят руководящие группы, лидеры, которые имеют ресурсы и цели в области организации коллективной деятельности, но и сами группы, точнее, их члены, поскольку определенность их коллективного бытия тоже удобна и желательна: понятны правила, санкции, поощрения, формы одобряемого взаимодействия, цели, ожидаемые результаты.

Если говорить о последних десятилетиях развития России, то социальные метапроцессы и процессы непосредственно корпоративного строительства отражают очевидную специфику маргинальных влияний. Общество в целом с разрушенной идеологией и ценностной платформой социальных идентификаторов достаточно инерционно формирует новый идентификационный контур, при этом отдельные общественные группы и

тем более оргструктуры корпоративного типа, где практически возможны пошаговые социально-технологические внедрения, относительно быстрее создают «причисления», и это подтверждено эмпирическими исследованиями. Так, в середине «нулевых» россияне более первостепенными считали свою принадлежность к профессиональной группе, общности по взглядам на жизнь и национальности, нежели идентификации со страной, и только к началу второго десятилетия XXI века российская идентичность начала первенствовать.

В этом смысле технологично взращиваемая корпоративная принадлежность в более или менее зрелом и развитом смысле как конкурентный ресурс формируется быстрее, чем идентичность, опирающаяся на гораздо более широкую культурную платформу. Это, безусловно, результат применения мобилизационных технологий, дающих скороспелый, но очевидный социально-экономический эффект. Инструменты нагнетания конфликта, противопоставления, мифологизации истории группы, формирования конструктивной системы ценностей (миссии), целей, планов и стимулов действуют без осечки и порождают более или менее выразительный социальный результат. Для организации корпоративного типа – это солидарность: сформированная групповая идентичность и кооперируемая деятельность, как следствие, порождающая экономический, производственный успех.

Наше общество и экономика прошли за четверть века большой институциональный путь, существенно изменились многие сферы жизни. Преобразование форм собственности, а вместе с ними моделей управления повлияли на отношения по труду, трудовой этос и индивидуальную мотивацию работников. Эти изменения разновекторные, решая одни задачи, они создавали и новые проблемы, которые в кризисный период развития обостряются и требуют новых подходов. Но на текущем этапе и регуляторы, и крупные производственные агенты солидарны в необходимости купирования 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.

Малые предприятия – структуры более гибкие в плане оборота и адаптации рабочей силы, в их структуре занятости часто высока доля неквалифицированных позиций, функциональное заполнение которых не затратно и проходит в форме инструктажа с последующей корректировкой ошибок, либо в форме текущего наставничества со стороны опытных работников. В небольших предприятиях цели деятельности большей частью очевидны и понятны работникам, взаимосвязь между конкретным трудом и коллективным продуктом тоже легко постижима, не нужны процедуры коллективного воодушевления, "накачки", заучивания "миссии", сверки с должностными инструкциями и расчета бонусных программ.

Однако, как мы уже отмечали, современное крупное и среднее

производство в России к настоящему времени сложилось и существует большей частью в корпоративной форме, которой свойственны некие родовые черты, непосредственно влияющие на модель управления персоналом. Во-первых, чем крупнее комплекс предприятий, чем сложнее его узловая сеть, тем больше требований к управляемости в части стандартизации, унификации, прозрачности, мониторингу производственных показателей. Это приводит к объективной формализации всего поля отношений, включая отношения по труду, в которых нормотивируется расчет штатов, фондов и номиналов заработных плат, дополнительных денежных стимулов, детализируются должностные инструкции, разрабатываются и применяются показатели мониторинга трудовой эффективности и т.п.

Небольшой исследовательский проект (узко целевой, но довольно обширный по числу и страновому охвату изучаемых объектов), проведенный под моим руководством группой магистрантов Высшей школы бизнеса Южного федерального университета, показал, что в отдельных сегментах сервисной сферы к российским работникам предъявляют не только требования, связанные с профессиограммой: образованием, стажем, компетенциями – но и селекционирующие претензии к стилю одежды, внешнего оформления облика, вплоть до цветов в женском маникюре, коммуникативному поведению и характеристикам личных качеств. Это, безусловно, не правомерные требования, и они не предъявляются формально, но инструментально срабатывают и осознанно учитываются претендентами на рабочие вакансии таких предприятий и организаций. Данный пример не рассматривается как доказательный, но его можно считать косвенно подтверждающим институционально-ролевую установку владельцев и менеджеров крупных сетевых бизнесов, для которых работник – это производственный ресурс (точнее, его малая частица), используемый для достижения сиюминутной и проективной экономической эффективности предприятия, то есть для получения прибыли сейчас и развития брэнда в будущем. Эта грубоватая схематика, представляющая человека как "работника", и даже как производительного манекена, одетого в униформу или более изящно и разнообразно оформленный комплект, отражающий "корпоративный стиль", прагматично и, возможно, нелицеприятно отражает существо дела.

Во-вторых, помимо стандартизации и производственного мониторинга, корпоративная трудовая среда актуализирует функционально-ролевые ипостаси работников, в пределе это приводит к насаждению и поощрению эталонных, "роботизированных" образцов, выхолащивающих подлинную эмоциональность, персональные проявления, подавляющих индивидуальные особенности психики, одевающих объемное и уникальное самосознание в ролевой кокон должностного субординированного самоконтроля. Отличный работник – это эффективный, производительный инструмент решения задач, а не источник проблем, его "человечность"

(личные проявления, эмоции) должна быть уместна и потому умело дозирована, она тоже дирижируется, превращаясь в элемент социальной игры. Главное – быть подлинным специалистом, уметь решать производственные задачи, управлять собой и своим поведением, поддерживать правила и ожидания в развитии рабочих взаимоотношений, не драматизировать возникающие осложнения и не впадать в эйфорию от успехов.

Молодой россиянин на рынке первичной занятости, и даже средний многоопытный работник со стажем к такому не готов. Эта неготовность инкорпорироваться (фактически "роботизироваться", превращаться в человека-функцию, удобно используемую в производстве) проявляется в разной степени и по-разному в разных аспектах. Помимо исключительной сосредоточенности на производственном важно вместе с корпоративной системой (чем она крупнее, объемнее, тем жестче проявляется принцип) объективировать себя как "пазл" коллектива. Включение функциональное и личное в малый трудовой коллектив, где происходит непосредственный обмен деятельностью – довольно трудная для многих задача, поэтому многие наши соотечественники не любят и боятся менять работу, интуитивно рассчитывая комплексные издержки по включению, принятию и закреплению на новом месте как рискованные или непосильные. Включение в большой трудовой коллектив требует самостоятельной адаптации, включая изучение формальных требований к поведению и неформальных правил, институциональных статусов и ролей, исполнительских практик и поддержания субординации; освоение имитационных форматов ролевого поведения и собственно идентификацию, т.е. интернализацию корпоративных навязываний.

При этом противоречивость и риски идентификационного процесса и для корпорации, и для работника очень велики. При всем желании и профессиональных умениях менеджеров насаждать корпоративные идеи и ценности палитра социальных и психотехнологий так многообразна и должна быть использована в кластере столь конкретных нестандартных производственных задач и меняющихся ситуаций, что предлагаемые ролевые макеты не всегда ориентируют работника правильно, и это затрудняет процесс самоидентификации, личного причисления человека к трудовому коллективу – при том, что профессиональная его идентичность может при этом быть уже сложившейся, зрелой.

Не менее проблемной может оказаться и другая сторона инкорпорирования – принятие трудовым коллективом, ингруппой. Здесь часто сталкиваются традиции и амбиции (с одной стороны групповые, с другой – индивидуальные); возникают диссонансы в профессиональном и личностном принятии; большую роль играет руководство процессом включения в группу со стороны представителей аппарата управления в непосредственном трудовом подразделении и кадровой политики в целом. Противоречия и разрушительные для идентичности элементы

формирующихся в таком процессе отношений требуют, на наш взгляд, самостоятельного изучения и описания, а затем теоретического и учебного моделирования для освоения специальных техник преодоления возникающих проблем.

Исследователь социальной оргсреды А.В. Федорова обращается к взаимовлиянию моральной среды общества и корпоративной среды, где так или иначе сознательно задействованы механизмы внутриорганизационного конституирования групповой морали. Она выявляет, что здесь, внутри организаций, критично проявляется конфликт между культивируемой корпоративной моралью и маргинализацией морально-нравственных ориентиров, навязанной давлением общественного, довольно нездорового в целом, контекста. Речь идет о разочаровании социальных акторов – инсайдеров организаций – в «нормах и правилах» дореформенного и устанавливаемого социального порядка, отсутствии духовных лидеров и в целом системы морально-нравственных ориентиров, к которым сотрудники организаций испытывают социальное доверие, о легитимации криминальных социальных практик и конкретно коррупции. Противоречие гуманитарно-технологического конструирования эффективной внутрикорпоративной среды и расслабляющего, или разлагающего, влияния амбивалентной общественной морали ослабляет потенциал организационной культуры. Нормативный конфликт, вероятный мотивационный конфликт, несопряженность легитимных и легальных моделей субъективного социального действия, несомненно, существенно понижает эффективность корпоративного конструирования.

В современной научной литературе делаются попытки как разрабатывать, так и концептуализировать знание гуманитарных технологий в целях формирования солидарностей достаточно высокого порядка, однако они порой представляют собой довольно экзотические построения, основанные на исключительных социальных предпосылках, в частности, модели общественного актора – «дальновидного гедониста» с присущей ему рациональностью и гомогенностью. Надо сказать, что многие исследования отнесены к области не корпоративного, а политического конструирования, со всеми свойственными особенностями, что позволяет анализировать и применять методологические принципы, но не дает возможность проводить социальные аналогии, поскольку гражданские сообщества и политические солидарности очень отличаются от корпоративных. Тем не менее, технологии институционального конструирования и формирования определенных векторов социокультурной среды продолжают рассматриваться и обобщаться, что облегчит в дальнейшем разработку теоретических приложений.

К сожалению, процесс инкорпорирования работника лишь отчасти сопровождается профессионально, специалистами, способными умело его корректировать, а чрезвычайно значимый процесс формирования корпоративной идентичности спотыкается на незнании, неумении, недоучете

проблем и специальных техник включения в трудовой коллектив самого работника – то есть на несформированности у него соответствующих компетенций. Этот барьер заметен, и в то же время инструментально не обеспечен, поскольку не сформулированы соответствующие задачи. Ведь ситуации затруднений в формировании идентичности массовые, но распыленные и локализованные, их помогает стихийно преодолевать социальный опыт людей, включающихся в трудовые отношения. Однако попытки не только описать, но и "технологизировать" взгляд ученых и практиков на данную проблему, на наш взгляд, могут оказаться весьма востребованными и могут дать существенный прикладной эффект – особенно в период, когда качественные подходы и улучшения начинают играть существенную роль в повышении конкурентоспособности наших предприятий.

Социальная и профессиональная идентичность, управление персоналом, корпоративные отношения.

Корпоративное развитие и изменение трудовых отношений тесно связаны с формированием социальной и профессоинальной идентичности работников. Для этого нужны специальные гуманитарные технологии.

Social and professional identity, human resource management, corporate relations.

Corporate development and change of employment is closely related to the formation of social and professional identity of workers. To do this you need special humanitarian technologies.

Муравьева Т.В., к.э.н.
доцент
НОУ ВПО СмолГУ
Россия, г. Смоленск

О ПРОБЛЕМАХ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА

Аннотация: В данной научной статье автор раскрывает особенности понятия внутренний маркетинг, с точки зрения различных ученых. Рассматривает ключевые элементы концепции внутреннего маркетинга. Также представлены некоторые методологические предложения по внедрению внутреннего маркетинга. При этом определены основные желания и потребности сотрудников организации; выделены две категории сотрудников в организации согласно известной «цепочке ценностей» М. Портера; рассматривается внутренний маркетинг в двух аспектах, личностном и процессуальном согласно методике Й.Н. Лингса; выделены три подхода к внутреннему маркетингу согласно Г. Беккерса и Ван Хаастрехта.

Ключевые слова: эффективность деятельности; факторы влияния на

эффективность деятельности; внутренний маркетинг; философия внутреннего маркетинга; мотивированный и удовлетворенный персонал; клиентоориентированность и заинтересованность в продажах; маркетинговый подход к внутреннему рынку организации; межфункциональная интеграция; «цепочка ценностей»; управления персоналом; управление качеством.

Как известно любая организация стремится к эффективности своей деятельности, при этом очевидно, что на эффективность функционирования оказывает влияния множество факторов, а именно: рыночные, коньюктурные факторы, хозяйственно-правовые, административные, материально-технические, организационно-управленческие, экономические, социальные факторы и др. Существующие факторы влияния можно классифицировать по различным признакам: внутренние и внешние; объективные и субъективные и прочее, при этом абсолютно очевидно, что все эти факторы, а также процессы и явления коммерческой деятельности организации находятся в тесной взаимосвязи, обусловленности и взаимозависимости, они либо непосредственно связаны между собой, либо косвенно. Так, к примеру, на величину валовой прибыли предприятия прямое влияние оказывают показатели численности и производительности рабочих, а косвенное уровень оплаты труда, социальный климат и др. [1]

Конечно, очевидна необходимость эффективного управления всеми факторами влияния на эффективность функционирования, но при этом хотелось бы подробнее остановиться на управлении трудовыми ресурсами предприятия, а именно на процессе организации внутреннего маркетинга. Данный вопрос уже рассматривался автором ранее в работе «Внутренний маркетинг» [2].

Актуальность этого направления связана с тем, что на сегодняшний день уровень производительности персонала напрямую зависит от степени его удовлетворенности условиями труда, заработной платой, от состояния внутреннего климата в организации и т.п.

Одним из первых концепцию внутреннего маркетинга предложил экономист, ученый Кристиан Гренрос. Он является наиболее известным представителем, так называемой Северной школы маркетинга услуг «Nordic School». Эта школа представлена исследованиями в области маркетинга услуг, осуществляемыми учеными финской и шведской школы экономики. В работах К. Гренроса отмечается, что внутренний маркетинг нацелен в первую очередь на персонал фирмы, контактирующий с клиентами. По его теории, перед тем как оказать качественную услугу внешнему потребителю, ее нужно «продать» (нужным образом преподнести) внутреннему потребителю, то есть персоналу, обслуживающему клиентов. Таким образом, высокая эффективность продаж будет обеспечиваться за счет того, что продавец будет сам уверен в продаваемом товаре (услуге), в его качестве, многофункциональности, оптимальности цены и т.п.

Концепция внутреннего маркетинга основывается на таких дисциплинах, как теория и социология организаций, управление персоналом, управление качеством, располагающими собственными концепциями, исследовательскими традициями, инструментами и методологией.

Некоторые ученые сводят внутренний маркетинг к формированию корпоративной культуры. Другие считают его лишь инструментом мотивации персонала и одной из задач отдела кадров, ограничивая тем самым возможности этого направления маркетинга. Так, Ф. Котлер (профессор международного маркетинга Высшей школы менеджмента Дж. Л.Келлога при Северо-Западном университете США), делит маркетинг на традиционный, внутренний и маркетинг взаимоотношений. По его мнению, стратегия внутреннего маркетинга также направлена на отношения компании с персоналом, тем самым побуждая сотрудников качественно обслуживать потребителей.

На самом деле существуют различные подходы к определению понятия «внутренний маркетинг». Многие ученые, а именно Л. Берри и А. Парасураман (представители североамериканской школы маркетинга услуг), К. Гренроос (представитель Скандинавской школы маркетинга) и М. Рафик, П. Ахмед (английские ученые) выражали различные точки зрения, которые, как правило, являются не противоречащими, а взаимодополняющими. На основе их учений можно выделить три подхода выражения сущности «внутреннего маркетинга»:

1. внутренний маркетинг – это система взаимоотношений организации с персоналом;

2. внутренний маркетинг – это внутрифирменная философия рыночной ориентации;

3. внутренний маркетинг – это практическая реализация новой стратегии организации (или корректировка существующей стратегии).

Обобщая данные суждения можно сказать, что *внутренний маркетинг* – это планомерные действия по использованию маркетинговых методов внутри организации, направленных на преодоление сопротивления изменениям, межфункциональную интеграцию, мотивацию сотрудников с целью эффективной реализации стратегии удовлетворения потребностей клиентов (покупателей). [3].

Рассматривая концепцию внутреннего маркетинга с различных точек зрения можно выделить некоторые ключевые элементы внутреннего маркетинга [4]:

- мотивированный и удовлетворенный персонал;
- клиентоориентированность и заинтересованность в продажах;
- использование маркетингового подхода к внутреннему рынку организации;
- межфункциональная интеграция.

Создавая благоприятную среду внутри организации (внутренний

рынок) необходимо знать и понимать желания и потребности сотрудников организации (внутренних клиентов) [5]. Все эти потребности и желания, как правило, бывают двух уровней:

1. потребности и желания, связанные с условиями труда: величина оплаты труда, график работы, занимаемая должность, место расположения работы и др.

2. потребности и желания, связанные с получением качественных услуг (информации, продуктов, данных и др.) от своих внутренних поставщиков и других партнеров.

Если с понятием и сущностью внутреннего маркетинга все более или менее понятно, то куда сложнее обстоит дело с механизмом его организации на предприятии. Единой методики по его внедрению пока не существует, но некоторые ученых излагают свои предположения. К примеру, известна «цепочка ценностей» М. Портер (английский экономист) применима и к концепции внутреннего маркетинга. В соответствии с ней рекомендуется разделить всех сотрудников на две категории:

- непосредственно участвующие в процессе удовлетворения качественных требований внешних клиентов, выполняющих функцию управления ценности услуги;
- непосредственно не вовлеченные в процесс удовлетворения клиентов, но обеспечивающие функцию поддержки сотрудников первой категории.

А далее необходимо организовывать внутренний маркетинг отдельно в каждой из этих групп сотрудников.

Английский ученый Лингс. Й.Н рассматривает внутренний маркетинг в двух аспектах: личностном и процессуальном [5].

Личностный подход основан на концепции управления персоналом (HRM – human Resource Management). Предполагается, что успех внешнего маркетинга зависит (в определенной части) от того, достаточно ли удовлетворен и мотивирован персонал и, прежде всего, контактный персонал. Т.к. именно от него в значительной степени зависит восприятие приобретаемой услуги.

Таким образом, внутренний маркетинг – это применение философии и практики маркетинга к людям, обслуживающим внешних клиентов.

Процессуальный подход к внутреннему маркетингу основан на концепции *всеобщего управления качеством (TQM – Total Qualiti Management).* Объектом внутреннего маркетинга является процесс оказания услуг, в котором каждый отдел (сотрудник) компании рассматривает другой отдел (другого сотрудника), пользующегося результатом работы первого, в качестве внутреннего потребителя и старается удовлетворить своего внутреннего потребителя, предоставляя ему качественную услугу.

Другие ученые классифицируют внутренний маркетинг в

процессуальном аспекте в соответствии с типами обменных процессов внутри фирмы и участниками, вовлеченными в данные процессы.

В частности, экономисты Г.С. Беккерс и В. Хаастрехт [7] выделяют три подхода к внутреннему маркетингу:

- как к иерархическому обменному процессу;
- как к системе внутренних предложений;
- как к обменному процессу между организацией и персоналом.

В заключение необходимо отметить, что, абсолютно очевидны недостаточность в степени изучении данного вопроса и сложность его организации.

Использованные источники:

1. О. М. Калиева [и др.] Инновационная экономика: материалы междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). — Казань: Бук, 2014. — С. 93-96.
2. Муравьева Т.В. е-Журнал «Экономика и социум» №6(19)-2015 г. (декабрь). Внутренний маркетинг как разновидность общего маркетинга.
3. Ballantyne, D. Reframing Internal Marketing for Relationship Marketing. – AMA International Marketing Educators' Conference, Argentina, 2000. [Электронный ресурс]. http://www.utdt.edu/congresos/empresarial/papers-ama/bal.PDF (Дата обращения: 13.12.2015).
4. Rafiq M., Ahmed P.K. (2000), «Advances in the internal marketing concept: definition, synthesis and extension», Journal of Services Marketing, Vol 14
5. Lings, I.N/ Balancing Internal and External Market Orientations. // Journal of Marketing Management, 1999, Vol 15
6. Books R.F., Lings I.N., Botschen M.A. Internal marketing and customer driven wave fronts. // The Service Industries Journal, 1999 Vol.19
7. Theopold S., Schacherer M. Internal marketing: review on a broadened concept and its operationalisation. // DBA Anglia Business School, Research Paper 2, 2002. [Электронный ресурс]. www.schacherer.de/marc/phd/p2.doc. (Дата обращения: 16.12.2015).

Муравьева Т.В., к.э.н.
доцент
НОУ ВПО СмолГУ
Россия, г. Смоленск

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ОБЩЕГО МАРКЕТИНГА

Аннотация: В данной научной статье автор раскрывает особенности понятия внутренний маркетинг. Представлено понятие маркетинга с точки зрения разных авторов, его разновидности. Подчеркнута необходимость внедрения внутреннего маркетинга в организации, как способа воздействия на персонал. Отражены особенности внутреннего маркетинга, его основные элементы.

Ключевые слова: маркетинг, виды маркетинга, внутренний маркетинг,

благоприятной внутренней среды, философия организации, процесс проведения внутреннего маркетинга, элементы внутреннего маркетинга.

Актуальность вопросов развития маркетинга с учетом глобализации мировой экономики соответственно увеличения торговых оборотов на международном рынке существенно увеличивается. В современных условиях маркетинговая деятельность, ее разновидности постепенно трансформируются и уже имеют прямое отношение не только к покупателям продукции / услуг, но и к сотрудникам предприятий, к развитию субъектов и экономик целых стран.

Данные тенденции развития общества и экономики в индустриальном мире подчеркивают актуальность изучения вопросов маркетинга, как раздела экономической науки и расширяют необходимость формирования более развитой архитектуры маркетинга, выделения ее инфраструктурных составляющих.

Ма́рке́тинг (от англ. marketing - в переводе с английского языка означает «действие на рынке», «рыночную деятельность»), согласно определения AMA - это организационная функция, совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта (услуги) покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации[1]. В широком смысле основной задачей маркетинга является определение и удовлетворение человеческих и общественных потребностей.

Филипп Котлер, в своей работе «Основы маркетинга» отмечает, что маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена[2].

Маркетинг представляет собой социально-управленческий процесс, посредством которого индивидуумы и группы людей путем создания продуктов и их обмена получают то, в чем они нуждаются.[3].

Существует и более широкое понимание маркетинга представленное А.П. Панкрухиным. Маркетинг - это рыночная философия, стратегия и тактика мышления и действия субъектов рыночных отношений: не только производителей и посредников в коммерческой деятельности, но и потребителей, а также поставщиков, экономистов, учёных, организаций, вплоть до правительственных органов[4].

В зависимости от этапов эволюции маркетинга, развития сфер его применения выделяют различные виды маркетинга. Г. Л. Багиев и А. Н. Асаул в книге «Организация предпринимательской деятельности» дают следующую классификацию маркетинга[5]:

В зависимости от вида деятельности отдельной личности или организации может быть: *маркетинг организации, маркетинг отдельной личности (эгомаркетинг), маркетинг места, социальный маркетинг и другие.*

По сфере применения выделяют: *промышленный, потребительский, инвестиционный и маркетинг услуг.*

По сфере обмена или по территориальному признаку: *национальный (региональный, локальный) маркетинг и международный (экспортный, глобальный, мировой).*

В зависимости от цели обмена, результатов той или иной деятельности различают *коммерческий и некоммерческий маркетинг.*

Также существует: *конверсионный маркетинг, стимулирующий маркетинг, развивающий маркетинг, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий маркетинг, противодействующий маркетинг, демаркетинг и др.*

Интересно, что отдельные школы маркетинга (западноевропейская, американская, скандинавская и другие) по-разному классифицируют маркетинг.

Тем не менее, среди множества существующих видов маркетинга постепенно появляются новые виды. Одним из таких видов является внутренний маркетинг.

Внутренний маркетинг – это маркетинг, нацеленный внутрь фирмы, т.е. на ее рабочих и служащих.

Согласно концепции внутреннего маркетинга клиент и персонал рассматриваются как «внешний» и «внутренний» потребитель, а сама компания как внутренний рынок. Первые покупают товар (услуги или сервис), а вторые – рабочее место и корпоративные ценности. Исходя из этого топ-менеджеры должны понимать, что взаимовыгодное сотрудничество и эффективное управление взаимоотношениями в системе «топ-менеджмент – менеджмент – контактный персонал - клиент», что собственно и является частью внутреннего маркетинга, позволит сформировать одновременно с одной стороны максимальную коммерческую доходность как производителя качественных товаров/услуг, а с другой стороны бренд компании как работодателя.

Внутренний маркетинг предполагает конкретные действия работодателя по формированию благоприятной внутренней среды компании, корпоративного климата, которые с учетом множества элементов внутреннего маркетинга в итоге обеспечат коммерческую и финансовую эффективность ее функционирования.

Проблемы организации внутреннего маркетинга неоднократно рассматривались в работах кандидата экономических наук Старцевой Н.В.[6,7,8] В них подчеркивается, что маркетинг должен стать неотъемлемой частью философии вей организации, а функция маркетинга должна выполняться всеми служащими.

Как правило, в производственных фирмах функции маркетинга, выполняются отделом маркетинга, сотрудники которого непосредственно контактирует с покупателем, но при этом не стоит исключать и возможность взаимодействия других сотрудников компании с покупателем при различных обстоятельствах. К примеру, оформление сделки, решение конфликтных ситуаций, личные знакомства и т.д. Поэтому так важно, что бы все

работники предприятия обладали единой философией организации и были заинтересованы в ее репутации.

Не редки случаи, когда из-за некомпетентных действий одного из сотрудников портится репутация о всей компании, даже если она имеет широко известный бренд. Более того, необходимо отметить, что отрицательная репутация распространяется намного быстрее, чем положительная.

Ричард Нопрманн из Группы менеджмента услуг говорит, что: «… Ключевой компонент высокой конкурентоспособности почти всех компаний - это меры (мероприятия) по мобилизации творческой активности коллектива». Норманн ввел термин «момент истины», который позднее популяризировал Ян Карлсон (SAS). «Момент ИСТИНЫ» наступает тогда, когда служащий и клиент вступают в непосредственный контакт. Р. Норман заявляет, что последствия такого контакта уже не поддаются влиянию со стороны компании. Навыки, мотивация, умения и знания используемые представителем фирмы, с одной стороны, ожидания, и поведение клиента – с другой стороны, создают процесс предоставления услуги. Идею Норманн заимствовал у тореадоров, которые использовали этот термин, чтобы описать момент, когда тореадор стоит перед быком на ринге. [9]

Специалисты по маркетингу должны разрабатывать методы и процедуры воздействия на персонал, что бы быть уверенными в том, что все сотрудники организации могут, а самое главное хотят предоставить качественное обслуживание. Концепция внутреннего маркетинга гласит, что служащие фирмы должны быть наилучшим образом мотивированы на осмысленное качественное обслуживание и выполнение работы, ориентированной на клиента.

Цель внутреннего маркетинга – это систематическая оптимизация процессов, происходящих внутри компании, методами кадрового и маркетингового менеджмента.

Процесс проведения внутреннего маркетинга на сегодняшний день не имеет устоявшейся методологической основы. В каждом отдельном случаи он является довольно специфичным, но, в общем, необходимо отметить, что это довольно сложный процесс. Одной из его задач является исследование степени удовлетворенности сотрудников компании. Данное исследование может дать информацию о потребностях и желаниях внутренних клиентов, которые, как правило, бывают двух уровней: к первому уровню относятся потребности, связанные с условиями труда (должность, оплата, график работы, условия труда и т.д.). Ко второму уровню относятся потребности и пожелания, связанные с получением услуг от своих внутренних «поставщиков» - коллег, сотрудников других отделов и подразделений компании, руководства, что оказывает влияние на качество работы.

Следовательно, внутренний маркетинг должен быть направлен на создание благоприятных условий работы и управление взаимоотношениями внутри компании. По аналогии с традиционным маркетингом и моделью 4Р,

внутренний маркетинг включает следующие элементы:

- Работа (внутренний продукт). Разработка продукта заключается в подборе подходящих кадров, внутреннем обучении, создании необходимых условий для работы.

- Оплата (цена внутреннего продукта). Этот элемент внутреннего маркетинга определяется степенью мотивации сотрудников, и выражается не только в денежном эквиваленте. Также подразумевается наличие таких аспектов, как возможность карьерного роста, самореализации, удовлетворение от работы в команде, внутрифирменные мероприятия, тренинги и пр.

- Место. Этот элемент внутреннего маркетинга подразумевает, что необходимо правильно распределять сотрудников внутри компании (создание эффективной организационной структуры).

- Продвижение. Продвижением внутреннего продукта внутренний маркетинг считает формирование корпоративной культуры, развитие внутрифирменных коммуникаций и пр.

Таким образом, последовательное и осмысленное применение внутреннего маркетинга позволяет компании достигнуть конкурентного преимущества, повышая качество продукта, и тем самым улучшить свое коммерческое и финансовой положение на рынке.

Использованные источники:

1. The American Marketing Association (AMA), 2004
2. Филип Котлер «Основы маркетинга» Краткий курс.: Пер. с англ.-М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656с.
3. Голубков Е.П. «Маркетинговые исследования: теория, методология и практика». –М.: Издательство «Финпресс», 2005.-464 (339)с.
4. А. П. Панкрухин «Маркетинг»: Учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Гильдия маркетологов. — 3-е изд. — М.: Омега-Л, 2005. - 656 с.
5. Г. Л. Багиев и А. Н. Асаул в книге «Организация предпринимательской деятельности» Учебное пособие/ Под общей ред. проф. Г.Л.Багиева. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001.
6. Н.В. Старцева. «Использование активных методов обучения маркетингу». Материалы Международной научно-практической конференция «Актуальные проблемы в изучении и преподавании общественно-гуманитарных наук» - Международный институт трудовых и социальных отношений (Витебский филиал), 25-26 ноября 2010
7. Н.В. Старцева. «Маркетинг в развитии внутреннего туризма Маркетинг и современность». Монография Финансового университета при Правительстве Российской Федерации Под общей редакцией С.В. Карповой– 2014.
8. Н.В. Старцева. «Цена маркетинга, или стратегия стратегии рознь?» - //Портфель. - февраль 2013 (50) – с.40-43
9. «Все о туризме - туристическая библиотека». [Электронный ресурс].

URL: http://tourlib.net/books_tourism (Дата обращения: 10.12.2015).

Нардина Е.А., к.э.н.
доцент
кафедра экономики, бухгалтерского учёта
и финансового контроля ИЭиФ
ФГБОУ ВПО Омский государственный
Аграрный университет
им. П.А. Столыпина
Рарова Н.А.
магистрант 3 курса
факультет 38.04.01 – Экономика
Россия, г. Омск
Nardina C.A., candidate of economic sciences, associate professor
departments of economy, record-keeping and financial control of ИЭиФ
FGBOU VPO Omsk state
Agrarian university
The name of P. A. Stolypin,
Russia, Omsk
Rarova N. A.
Undergraduate, 3 courses,
Faculty 38.04.01 is Economy
Russia, Omsk

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

В статье рассматриваются вопросы организации внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками в организациях строительной отрасли. В частности функции, основные задачи, цели внутреннего контроля, а также процедуры реализации организации внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками.

Ключевые слова: внутренний контроль, проверка, оценка, расчеты с поставщиками и подрядчиками.

THEORETICAL ASPECTS OF ORGANIZATION ANDREALIZATI ON OF INTERNAL CONTROL CALCULATIONS WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS

In the article the questions of organization of internal controlof calculations are examined with suppliers and contractorsin organizations of building industry. I n particular functions,basic tasks, aims of internal control, and also procedures ofr ealization of organization of internal control of calculationswith suppliers and cont ractors.

Keywords: internal control, verification, estimation,calculations with suppli ers and contractors.

Произошедшее в Российской Федерации реформирование управления

экономикой значительно изменило систему контроля строительных организаций, в связи с чем возникла необходимость выделения в данных организациях функционально обособленного направления экономической работы внутреннего контроля.

Именно внутренний контроль, является комплексной системой мер, в части планирования, учета, экономического анализа, организации учета на всех этапах управления строительной организацией, а также при учете расчетов с поставщиками и подрядчиками.

Ю.В. Кузьмина [1] поясняет, что во внутренний контроль включается совокупность организационной структуры, методик и процедур, принятых руководством в качестве средств упорядоченного и эффективного ведения хозяйственной деятельности.

Внутренний контроль включает в себя организованный внутри экономического субъекта надзор и проверку соблюдения законодательства, точность и полноту документации бухгалтерского учета, своевременность подготовки достоверной бухгалтерской и финансовой отчетности, предотвращение ошибок и искажений, исполнение приказов и распоряжений.

Во многих строительных организациях внутренний контроль состояния расчетов с поставщиками и подрядчиками обеспечивается распределением функций между отделами организаций; выбором лиц, ответственных за выполнения условий договоров и ведение учета расчетов; формированием системы подотчетности; функционированием ревизионной комиссии в качестве органа контроля финансово-хозяйственной деятельности организации.

Посредством внутреннего контроля выявляются слабые стороны организации. Это позволяет избежать штрафных санкций со стороны контролирующих органов и добиться достоверной информации в отчётности.

Функции внутреннего контроля ориентированы главным образом на устойчивое положение организации в конкурентной среде [1].

Е.А. Кыштымова [2, С.138], Н.Г. Самыгин [6, С.217], Н.В. Парушина [3, С.149] указывают цель и основные задачи внутреннего контроля учета расчетов с поставщиками и подрядчиками, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Цель и основные задачи внутреннего контроля учета расчетов с поставщиками и подрядчиками

Цель внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками	*Задачи внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками*
Формирование мнения о достоверности показателей бухгалтерской отчетности, отражающих дебиторскую и	Правовая оценка договоров с поставщиками и подрядчиками
	Контроль в организации первичного учета расчетов с поставщиками и подрядчиками

кредиторскую задолженность, о соответствии применяемой методики учета нормативным документам, ее соответствии учетной политике, а также установление правильности ведения расчетов с поставщиками и подрядчиками	Контроль состояния задолженности перед поставщиками и подрядчиками
	Проверка правильности отражения в бухгалтерском учете различных операций по расчетам с поставщиками и подрядчиками
	Проверка соответствия данных аналитического учета расчетов с поставщиками и подрядчиками данным свободного учета
	Проверка организации налогового учета по расчетам с поставщиками и подрядчиками

Для создания внутреннего контроля требуются определенные затраты. Понятно, что внутренний контроль принесет выгоду только в том случае, если результат функционирования отдела внутреннего контроля будет превышать его стоимость.

При осуществлении внутреннего контроля состояния расчетов с поставщиками и подрядчиками существуют риски. Следовательно, основным критерием повышения эффективности контроля состояния расчетов с поставщиками и подрядчиками является снижение потерь, которые связанны с возникновением сомнительных и безнадежных долгов [1].

Снизить потери, связанные с осуществлением расчетов с поставщиками и подрядчиками, возможно путем создания служб внутреннего контроля, но в практике реализация подобного проекта сталкивается с определенными трудностями. Выделяют общие постановочные проблемы [1]:

1) недостаток теоретических разработок в области внутреннего контроля;
2) отсутствие стандартизации внутреннего контроля, без этого крайне трудно добиться эффективной деятельности внутри предприятий.

Процесс создания отдела внутреннего контроля является весьма сложным. Он требует решения ряда методологических и организационно-технических проблем.

Как отмечает Ю.В. Кузьмина, служба внутреннего контроля должна быть организована в соответствии со спецификой деятельности предприятия, состоянием внутреннего контроля и его системой управления. Все положения по организации внутреннего контроля и методике его проведения должны быть регламентированы внутренними документами предприятия и отражены в учетной политике.

Служба внутреннего контроля должны выполнять определенные функции.

– проверка систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, их мониторинг и разработка рекомендаций по улучшению этих систем;

– проверка бухгалтерской и оперативной информации, изучение отдельных статей отчетности, включая детальную проверку операций, остатков по счетам;

– проверка соблюдения законов и других нормативных актов, а также требований учетной политики, инструкций, решений и указаний руководства;

– оценка эффективности механизма внутреннего контроля, изучение и оценка контрольных процедур в филиалах, структурных подразделениях;

– проверка деятельности различных звеньев управления;

– проверка наличия и состояния имущества и обязательств;

– специальные расследования отдельных случаев, например подозрений в злоупотреблениях;

– разработка и представление предложений по устранению выявленных недостатков и рекомендаций по повышению эффективности управления;

– оценка используемого программного обеспечения;

– осуществление аналитических мероприятий (в рамках контроля расчетов с контрагентами отслеживание состояния дебиторской и кредиторской задолженности организации с целью оптимизации ее уровня, повышения эффективности управления оборотными активами и заемным капиталом).

Проведение этих процедур позволит реализовать внутренний контроль по следующим направлениям:

– создать базу данных утвержденных поставщиков (подрядчиков), для каждого поставщика определить категорию расхода, ответственного менеджера, ответственного бухгалтера;

– оптимизировать выбор поставщиков (подрядчиков) и изменить информационные данные о них в информационной системе;

– увеличить ответственность менеджеров за закупки товаров и услуг, претензионную работу с поставщиками (подрядчиками), своевременное представление документов в бухгалтерию;

– обеспечить контроль наличия договоров;

– обеспечить контроль процесса осуществления платежей;

– получать актуальную аналитическую информацию о предоплате и состоянии кредиторской задолженности;

– анализировать все операции с конкретным поставщиком или подрядчиком (платежи, цены, претензии).

В работах И.Ю. Склярова [7, С. 79–80], П.Г. Пономаренко [5, С. 168–169] представлены источники информации для проведения внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками (рис. 1).

Теперь рассмотрим порядок проведения внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками.

В.И. Подольский [4, С. 137] указывает, что общий перечень объектов проверки при составлении общего плана проверки расчетов с поставщиками

и подрядчиками охватывает такие позиции, как: правовая оценка договоров с поставщиками и подрядчиками; проверка организации первичного учета с поставщиками и подрядчиками; проверка состояния задолженности перед поставщиками и подрядчиками; проверка правильности отражения в бухгалтерском учете различных операции по расчетам с поставщиками и подрядчиками; проверка соответствия данных аналитического учета расчетов с поставщиками и подрядчиками, данными синтетического учета; проверка организации налогового учета по расчетам с поставщиками и подрядчиками.

На этапе проведения проверки определяется достоверность бухгалтерской и налоговой отчетности предприятия. Основные этапы и процедуры проведения внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками представлены на рисунке 2 [6, С. 132].

Рисунок 1 – Источники информации для проведения внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками

В.И. Подольский [4, С. 142–143] отмечает, что проводя внутренний контроль расчетов с поставщиками и подрядчиками, контролер должен знать о возможных *ошибках и нарушениях*, свойственных данному разделу учета.

Внутренний контроль желательно проводить не реже чем два раза в

год. Также, следует проводить внеплановые проверки, обращая особое внимание на случаи подозрения в злоупотреблениях.

При проведении внутреннего контроля на всех ее этапах обязаны руководствоваться основными нормативными актами, регулирующими учет расчетов с поставщиками и подрядчиками.

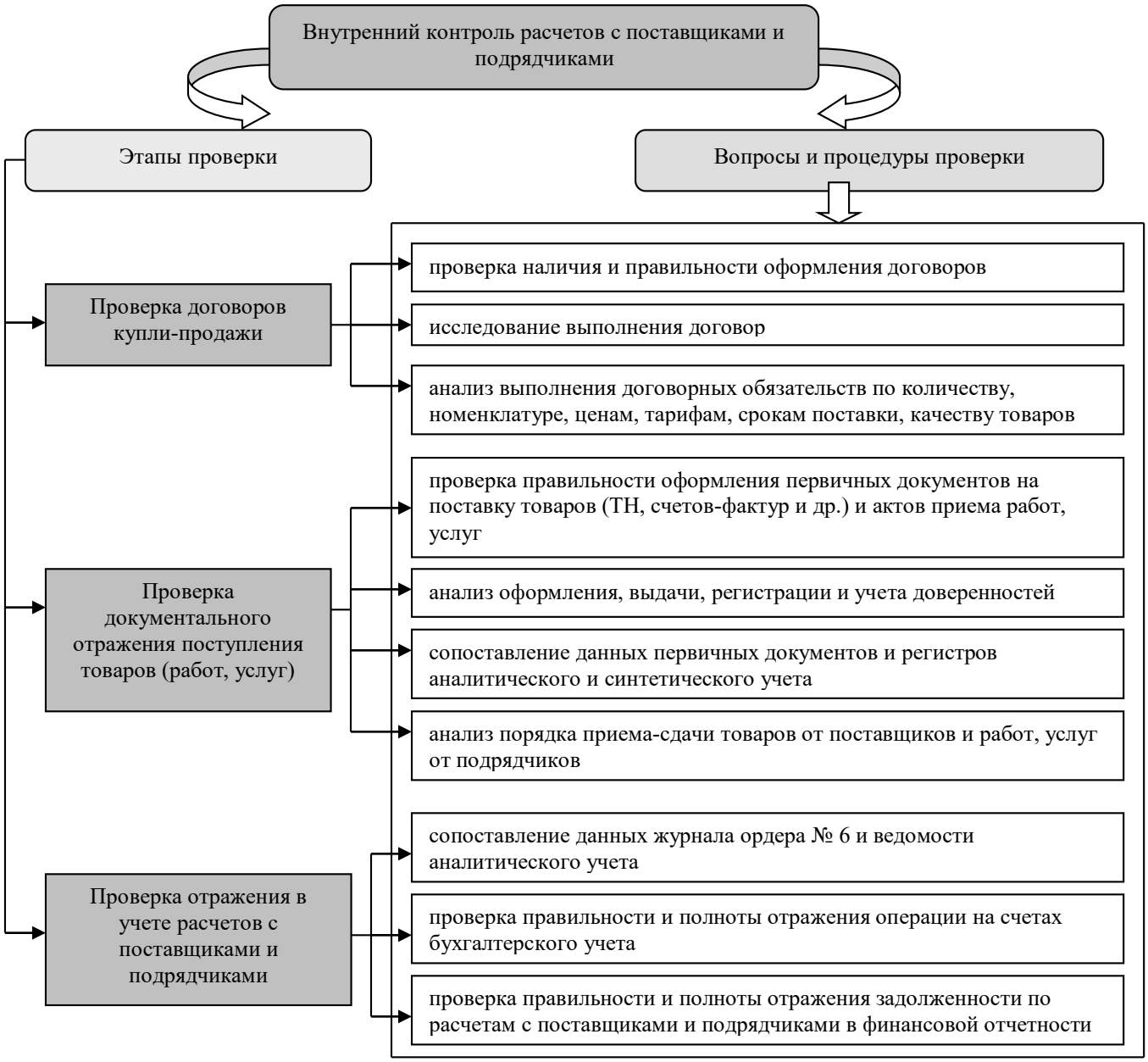


Рисунок 2 – Основные этапы и процедуры проведения внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками

Рекомендуемые принципы организации службы внутреннего контроля и порядок осуществления внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками повысят эффективность как уже действующей системы внутреннего контроля в общем, так и внутреннего контроля состояния расчетов в частности. Организация такой службы позволит предприятиям оптимизировать деятельность при помощи консультирования и

информирования руководства и свести к минимуму возможность принятия невыгодных и нерациональных решений в управлении, а также поможет достигнуть приемлемого уровня риска возникновения убытков.

Использованные источники:

1. Кузьмина Ю.В. Внутренний контроль состояния расчетов с поставщиками и подрядчиками, покупателями и заказчиками и повышение его эффективности [Электронный ресурс] / Ю.В. Кузьмина // Электронный научно-популярный журнал NovaInfo. – 2014 г. – № 28. – Режим доступа: http://novainfo.ru/archive/ 28/vnutrenniy-kontrol-sostoyaniya-raschetov.
2. Кыштымова Е.А. Основы аудита : учеб. пособие / Е.А. Кыштымова. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА–М, 2013. – 224 с.
3. Парушина Н.В. Аудит : учебник / Н.В. Парушина, С.П. Суворова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 288 с.
4. Подольский В.И. Аудит: учебник / под ред. В.И. Подольского. – М. : Юнити, 2012. – 583 с.
5. Пономаренко П.Г. Бухгалтерский учет, анализ и аудит [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. Г. Пономаренко [и др.] ; под общ. ред. П.Г. Пономаренко. – 3-е изд., испр. – Минск: Выш. шк., 2012. – 558 с.
6. Самыгин Д.Ю. Методика аудиторской проверки : процедуры, советы, рекомендации: Монография / Д.Ю. Самыгин, Н.Г. Барышников, А.А. Тусков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 231 с.
7. Скляров И.Ю. Аудит : учеб. пособие / И.Ю. Скляров, Ю.М. Склярова, Т.Ю. Бездольная и др.; под ред. И.Ю. Склярова. – Ставрополь, 2014. – 332 с.

Нурхаметова С.А.
студент 4 курс
специальность «Финансы и кредит»
Ширяева Н. В., к.э.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»
Россия, г. Ульяновск

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматривается сравнительная оценка конкурентоспособности предприятий, с помощью комплексного показателя. Оценка проводится на примере двух предприятий Ульяновской области, занимающиеся автомобилестроением.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятий, динамический подход, коэффициент стратегического позиционирования, коэффициент операционной эффективности.

Современные рынки отличаются интенсивностью конкуренции.

Природа рынков определяется, с одной стороны, высоким динамизмом условий ведения бизнеса, когда достигнутые преимущества недолговечны, границы отраслей постоянно размываются, потребительские предпочтения капризны, а с другой — целенаправленными действиями влиятельных игроков мирового масштаба по подрыву стабильности рынков, формированию новых рынков применению внеэкономических инструментов генерирования и фиксации конкурентных преимуществ по непредсказуемому алгоритму[3].

В условиях рынка не реально добиться стабильного успеха в бизнесе, потому что происходить постоянная борьба. Для того чтобы изучить рынок и своих конкурентов следует провести достаточно огромное количество расчетных и расчетно-графических методов владеть достаточной информацией. Организациям, вынужденным постоянно предпринимать те или иные стратегические шаги в условиях неполноты информации, нужен подход, свободный от обеих крайностей [4]. Один из таких является динамический подход.

Динамический подход основывается на допущении о том, что основным способом получения прибыли в условиях рыночной экономики выступает реализация продукции и заложенной в ней прибавочной стоимости. При этом производство и реализация продукции осуществляется посредством использования ограниченных экономических ресурсов. Отсюда следует, что получение прибыли в условиях рыночной экономики опосредуется эффективностью использования экономических ресурсов, т. е. соотношением полученного результата и затрат, осуществленных для его достижения. Стало быть, суть рыночной конкуренции заключается в борьбе за получение максимальной прибыли путем максимально эффективного использования экономических ресурсов [2].

Степень эффективности использования экономических ресурсов предприятием определяется относительно достигнутого общественным производством уровня развития производительных сил и, разумеется, производственных и прочих отношений, относительно эффективности использования ресурсов конкурентами. Таким образом, конкурентоспособность предприятия в условиях рыночной экономики есть обобщающая характеристика деятельности хозяйствующего субъекта, отражающая уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами.

В ходе исследования сущности конкурентоспособности предприятия нами было показано, что существует два источника конкурентоспособности: операционная эффективность и стратегическое позиционирование. Можно утверждать, что операционная эффективность обеспечивает получение прибыли в процессе реализации прибавочной стоимости, а стратегическое позиционирование – саму возможность этого процесса. Каждый из указанных источников конкурентоспособности в отдельности есть

необходимое, но не достаточное условие обеспечения конкурентоспособности предприятия. Устойчивая конкурентоспособность компании может быть достигнута тогда и только тогда, когда она базируется на обоих источниках, которые, сочетаясь и взаимодействуя, дополняя и усиливая друг друга, создают мощные конкурентные преимущества предприятия в ходе конкурентной борьбы [1].

Итак, эффективность использования экономических ресурсов предприятием может быть охарактеризована и в конечном счете сведена к оценке его операционной эффективности и стратегического позиционирования. Вне сомнения, что указанная оценка должна осуществляться на основе сопоставления соответствующих показателей рассматриваемого хозяйствующего субъекта и конкурентов. Определим искомые величины как коэффициенты операционной эффективности и стратегического позиционирования, соответственно. Далее, путем сведения указанных коэффициентов в единый показатель, произведем оценку конкурентоспособности исследуемого предприятия:

$$K = K_r \times K_i, \qquad (1)$$

где K – конкурентоспособность предприятия;

Kr – коэффициент операционной эффективности;

KI – коэффициент стратегического позиционирования.

Для оценки операционной эффективности предприятия необходимо сопоставить величину рассматриваемого показателя исследуемого хозяйствующего субъекта с соответствующим показателем по выборке:

$$K_r = \frac{r}{R}, \qquad (2)$$

где R – операционная эффективность по выборке;

r – операционная эффективность предприятия.

Однако объемы выручки по природе своей совершают большие колебания, чем показатели операционной эффективности, из чего следует большая статистическая изменчивость показателей стратегического позиционирования. Показатели операционной эффективности и стратегического позиционирования изначально предполагаются равносильными. В силу этого, необходимо привести влияние указанных показателей на конкурентоспособность предприятия к сопоставимым величинам, для чего предлагается извлечь из отношения индексов изменения объемов выручки квадратный корень:

$$K_i = \sqrt{\frac{I}{I^S}}, \qquad (3)$$

где I – индекс изменения объемов выручки рассматриваемого предприятия;

Is – индекс изменения объемов выручки по выборке.

Чем выше показатель K, тем более конкурентоспособным по отношению к выборке является рассматриваемое предприятие. Очевидно, что $0 < K < \infty$. При этом, в случае, если $0 < K < 1$, конкурентоспособность

предприятия по отношению к выборке является низкой (чем ближе к нулю, тем ниже конкурентоспособность). При К = 1 конкурентоспособность предприятия идентична конкурентоспособности выборки. При К > 1 конкурентоспособность предприятия выше, чем по выборке [2].

Для исследования конкурентоспособности используем два предприятия занимающиеся отраслью автомобилестроением ООО «BAW-RUS Motor Corporation» и ОАО «Ульяновский автомобильный завод». Предприятия осуществляют свою деятельность в городе Ульяновске.

Проведем общую оценку уровня конкурентоспособности ООО «BAW-RUS Motor Corporation» и ОАО «Ульяновский автомобильный завод». В таблице 1 представим анализ конкурентоспособности ООО «BAW-RUS Motor Corporation».

Таблица 1 - Анализ конкурентоспособности ООО «BAW-RUS Motor Corporation»

Показатели	2013 г.	2014 г.	Абсолютные изменения (+, -)
Выручка, тыс. руб.	2609	1107822	1105213
Чистая прибыль, тыс. руб.	10	4823	4813
Затраты, тыс.руб.	2599	1102999	1100400
R	1,004	1,004	
$\sqrt{I^s}$	20,606		

На основании таблицы 1 можно сделать выводы, что показатели ООО «BAW-RUS Motor Corporation» за анализируемый период улучшились, так как выручка увеличилась на 1105213 тыс. руб. Это говорит об успешной деятельности предприятия. Чистая прибыль в 2014 г. возросла на 4813 тыс. руб. или в 3,813 раза по сравнению с 2013 г., так же возросли затраты на 1100400 тыс. руб. Операционная эффективность за 2013 - 2014 гг. осталась без изменений - 1,004, а индекс изменения объемов выручки составил 20,606.

В таблице 2 представим анализ конкурентоспособности ОАО «Ульяновский автомобильный завод».

Таблица 2 – Анализ конкурентоспособности ОАО «Ульяновский автомобильный завод»

Показатели	2013 г.	2014 г.	Абсолютные изменения (+, -)
Выручка, тыс. руб.	26191901	23056834	- 3135067
Чистая прибыль, тыс. руб.	- 1080673	3475397	4556070
Затраты, тыс. руб.	27272674	19581437	- 1685763
R	0,960	1,177	0,217
$\sqrt{I^s}$	0,938		

За анализируемый период в таблице 2 выручка уменьшилась на 3135067 тыс. руб. или на 88,03 %. Не смотря на снижение выручки, показатель чистой прибыли увеличился в 2014 году на 4556070 тыс. руб., а затраты уменьшились на 1685763 тыс. руб. Операционная эффективность за

2013 г. составила 0,96 , а в 2014 г. увеличилась на 0,217 и составила 1,177. Индекс изменения объемов выручки составил 0,938 .

На основе исходных данных произведем расчет показателей конкурентоспособности.

$$K_r = \frac{1,004}{1,177} = 0,853$$

$$K_i = \sqrt{\frac{20,606}{0,938}} = 21,962$$

$$K = 0,853 \times 21,962 = 18,734$$

Сравним рассчитанные показатели конкурентоспособности и представим в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнительная оценка конкурентоспособности ООО «BAW-RUS Motor Corporation» и ОАО «Ульяновский автомобильный завод»

Показатели	ООО «BAW-RUS Motor Corporation»	ОАО «Ульяновский автомобильный завод»
Коэффициент операционной эффективности *(Kr)*	0,853	1,172
Коэффициент стратегического позиционирования *(KI)*	21,962	0,046
Конкурентоспособность предприятия *(K)*	18,734	0,053

Таким образом, можно сделать выводы, что наиболее высоким уровнем конкурентоспособность обладает ООО «BAW-RUS Motor Corporation», так как его показатель составляет 18,734 и это больше 1 , а ОАО «Ульяновский автомобильный завод» значение находится в неравенстве 0 < 0,053 < 1. Это свидетельствует о том, что конкурентоспособность ОАО «Ульяновский автомобильный завод» является крайне низкой. Сложившийся уровень анализируемого показателя в большей степени обусловлен низким уровнем стратегического позиционирования. Для повышения конкурентоспособности ОАО «Ульяновский автомобильный завод» необходима разработка и реализация комплекса организационно-технических мероприятий, направленных на усиление маркетинговой деятельности и увеличения объемов продаж компании.

Использованные источники:

1. Александров А.К. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учебное пособие / Александров А.К. и др. – Минск - Москва: Новое знание: ИНФРА-М, 2013. – С. 284 .

2. Пострелова А. В. Оценка конкурентоспособности предприятия / А. В. Пострелова, М. С. Маркин // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 398-402.

3. Старостина Т.Г. Справочно-правовые услуги как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Старостина Т.Г. диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук // Ульяновск ,

2007.
4. Старостина Т.Г Оценка конкурентоспособности организации в условиях неопределенности // Старостина Т.Г. // Вестник Самарского государственного университета , 2006. №10-1(50) С.190-195.

Петросян Ш.Г.
студент 1 курса магистратуры
Социально-экономический факультет
Перерва О.Л., д.э.н.
профессор
Московский государственный технический
университет им. Н.Э. Баумана
Калужский филиал
Российская Федерация, г. Калуга

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОНТРОЛЛИНГЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассмотрены вопросы актуальности и необходимости в условиях современности использовать информационные технологии для анализа бизнес-процессов, в особенности при осуществлении контроллинга деятельности предприятия, а также важность специализированных систем в управлении бизнес-процессами и преимущества контроллинга с использованием систем обработки данных.

Ключевые слова: контроллинг, информационные системы, бизнес-процессы

В настоящее время многие предприятия осознают значимость процессной ориентации своей деятельности, обеспечивающей достаточно высокий уровень конкурентоспособности и как следствие - экономический рост. Важность процессной ориентации деятельности стимулировало к появлению в середине 90-х годов подхода к управлению бизнес-процессами - Business Process Management (BPM). Цель управления бизнес-процессами заключается в улучшении и оптимизации основополагающих процессов предприятия. Ранее «тейлоровский» принцип разделения труда позволял достигать определенных целей в вопросах оптимизации деятельности, но современные масштабы производства требуют более совершенного подхода в вопросах управления, возникают информационные и организационные разрывы, которые осложняют выполнение в особенности многоуровневых бизнес-процессов.

На сегодняшний день одним из самых актуальных вопросов является то, как и с помощью каких инструментов и механизмов максимально эффективно управлять бизнес-процессами предприятия. При этом, только определение и использование конкретных механизмов и средств контроля позволят получить положительные результаты, одного описания и автоматизации бизнес-процессов недостаточно. Непосредственно сами

бизнес-процессы –это движущая сила успеха деятельности предприятия, в связи с этим постоянный контроль и корректировка отклонений должны иметь место быть в любом бизнес-процессе.

В теории процессного подхода можно выделить основной цикл управления бизнес-процессами, состоящий из трех этапов:

Рис.1. Этапы управления бизнес-процессами

В большинстве случаев, предприятия активизируют только два этапа процесса управления: разработка и выполнение процесса. Разработка процесса и Выполнение процесса, что приводит к не замкнутости данного цикла управления. При таких условиях деятельности отсутствует полноценная отдача от внедрения процессного подхода, ввиду отсутствия процессов контроля эффективности мероприятий по совершенствованию процесса. Поэтому для полноценного внедрения процессного управления необходимо внедрение контроллинга бизнес-процессов, как одного из основных этапов цикла управления бизнес-процессами[1,с.98].

Контролинг бизнес-процессов включает в себя следующие этапы работ:

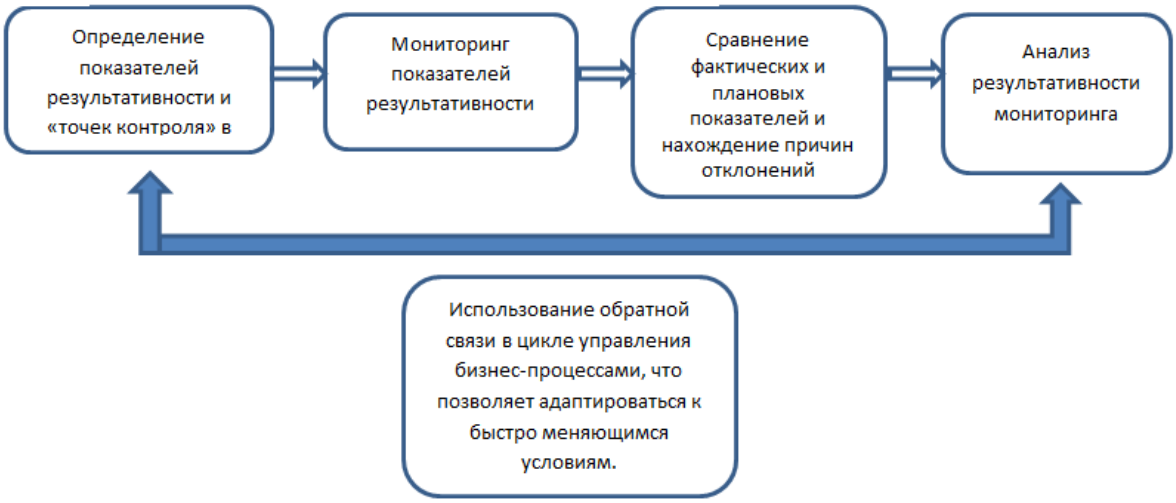


Рис.2.Этапы контроллинга бизнес-процессов

Внедрение необходимых бизнес-процессов определяется в соответствии с логикой данных процессов, что может быть сделано двумя способами:

- разработка и утверждение регламентов бизнес-процессов и должностных инструкций сотрудников;
- автоматизация бизнес-процессов в определенных информационных системах.

Но только при автоматизации разработанных бизнес-процессов возможно обеспечить положительный эффект в управления ими. При отсутствии ее осуществлять контроль над бизнес-процессами, особенно в современных условиях, практически невозможно, наступают ситуации, когда работа исполнителей начнет отклоняться от регламента.

Большая часть информационных систем и технологий основывается на функциональном подходе, который заложен в их архитектуре, и подобные разработки не дают полноценных возможностей для управления бизнес - процессами. Однако важность бизнес-процессов была так очевидна на этапе внедрения ERP-систем, что их ведущие производители стали определять свои программные продукты как «процессно-ориентированные», однако заключалась в том, что стандартные ERP-системы на самом деле не являются процессно-ориентированными.

Наиболее полно процессно-ориентированный подход реализован в решениях, базирующихся на технологии Workflow или BPM (управление бизнес-процессами), где под термином Workflow понимается управление потоком работ и через него — бизнес-процессом. Согласно глоссарию международной организации Workflow — это автоматизация (полная или частичная) бизнес-процессов, где документация, информация и иные передаются для выполнения необходимых действий от одного участника к другому согласно определенным процедурным правилам [2,с.58].

Многие производители информационных систем в настоящее время принимают на вооружение идеологию Workflow для наиболее эффективного управления процессами предприятия.

Для эффективного управления бизнес-процессами необходимо:

- проверять соблюдение запланированного времени выполнения частей бизнес-процессов;
- определять недостатки бизнес-процессов, вероятность появления «узких мест» и перебоев в работе;
- определять потенциально возможные места для экономии времени и снижения затрат;
- проверять соответствие объемов выполняемых работ и возможности бизнес-процессов;
- проверять соотношение фактического и планового уровня затрат

в ходе выполнения бизнес-процессов;

- удостоверяться в достаточном количестве заданных ресурсов для выполнения бизнес-процессов [2,с.128].

Решение перечисленных задач позволит повысить эффективность бизнес-процессов, но для этого необходимы современные механизмы контроллинга автоматизированных процессов, что позволяет собирать в автоматическом режиме большое число ключевых показателей результативности (KPI) и использовать наиболее эффективные способы анализа. При этом возможно два подхода для организации системы контроллинга с использованием информационных систем:

- встроить функционала контроллинга бизнес-процессов в информационную систему управления предприятием;
- использовать специализированные информационные системы, предназначенные для контроля бизнес-процессов и их интеграции с информационными системами управления предприятием.

Решение о выборе конкретного варианта необходимо принимать из стандартного соотношения функционал-качество-стоимость. При этом нужно отметить, что специализированные системы имеют более совершенные механизмы контроля процессов. Такие информационные системы позволяют собирать различные характеристики процессов: время, стоимость, качество и другие. Помимо этого собираются данные по процессам, которые могут протекать в различных классах информационных систем (ERP, CRM, SCM и т.д.) с помощью специальных агентов - адаптеров, подключающиеся к системам и собирающие необходимую информацию по процессам.

По окончании сбора информации, данные интегрируются в базе данных и впоследствии анализируются в соответствии с KPI, которые заложены в системе.

Функционал специализированных систем, предназначенных для организации контроллинга бизнес-процессов, содержит следующие блоки (рис.3):

Рис.3.Функциональные блоки специализированных систем.

Специализированные системы легко интегрируются с другими информационными системами:

- системы класса ERP;
- системы класса workflow;
- системы управления цепочками поставок (SCM);
- системы управления взаимоотношениями с заказчиками (CRM) ;
- приложения собственной разработки.

Уникальность специализированных систем заключается в том, что они позволяют анализировать бизнес-процесс с цепочками процессов, простирающихся по разным информационным системам т.е. создается единый взгляд на бизнес-процесс, в рамках которого используется несколько различных информационных систем.

Для обеспечения эффективного контроллинга бизнес-процессов информационные системы должны обладать следующими возможностями:

- иметь возможность собирать и накапливать данные из различных информационных систем управления предприятием;
- позволять легко проводить оценку эффективности бизнес-процессов на основе актуальных ключевых показателей результативности;
- анализировать показатели при помощи анализа трендов и статистических распределений;
- отображать историю ключевых показателей бизнес-процессов, для сравнения с предыдущими периодами;
- рассматривать и анализировать ключевые показатели с разных точек зрения, используя перенастраиваемые фильтры;
- поддерживать планирование ключевых показателей,

например, максимального времени выполнения бизнес-процесса;

- автоматически запускать аварийные предупреждения, если значения ключевых показателей существенно отклоняются от запланированных величин;
- объединять различные измеряемые параметры для поиска источников отклонений;
- позволять быстро преобразовывать наборы ключевых показателей результативности в различные отчеты[3,с.8].

При внедрении специализированных информационным систем для организации контроллинга бизнес-процессов проводится анализ используемых информационных технологий, определяются бизнес-процессы для контроля и анализируется архитектура основных прикладных информационных систем, поддерживающих эти бизнес-процессы.

В заключение можно отметить, что использование специализированных информационных систем для организации контроллинга бизнес-процессов позволяет руководителям быстрее принимать решения об изменениях в бизнес-процессах, и проводить организационные мероприятия с опорой на более высокий уровень информированности о реальном положении дел. Помимо этого, эффективный контроллинг способствует ускорению выполнения бизнес-процессов, уменьшению их стоимости и повышению качества.

Контроллинг процессов с помощью информационных систем дает следующие преимущества:

- поддерживает снижение стоимости процессов;
- дает полный пакет индикаторов работы процессов (продолжительность, затраты, количества, качество и операционные риски);
- позволяет использовать систему раннего оповещения при отклонениях от плановых значений;
- выявляет потенциал для оптимизации и «узкие места» бизнес - процесса;
- организовывает мониторинг выполняемых бизнес-процессов;
- повышает удовлетворенность внутренних и внешних клиентов.

Все это позволяет измерять эффект от проводимых улучшений бизнес-процессов и ясно показывает преимущества, получаемые при их совершенствовании и автоматизации.

Использованные источники:

1. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров. М.: Финансы и статистика. 2011.-368с.:ил.-(Прикладные информационные технологии).

2.Данилочкина Н.Г, Контроллинг как интегрированная функция управления

// Контроллинг в России,2012-283с.
3. А.К. Коптелов В.В. Крохин// Информационные системы в контроллинге бизнес-процессов// «Byte» октябрь 2010-12с.

Подопригора М.Г., к.э.н.
доцент
кафедра Менеджмента и инновационных технологий
Костомарова К.В.
студент 4 курса
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

АНАЛИЗ МАКРООКРУЖЕНИЯ ПАО «УРАЛКАЛИЙ»

В статье проведен анализ макроокружения одной из крупнейших в мире компании по добыче и производству калийной руды и минеральных удобрений ПАО «Уралкалий». Методом проведения исследование выступает PEST-анализ. По результатам используемой методики была определена степень зависимости организации от глобального окружения.

Ключевые слова: анализ, технология, социум, политика, экономика, калий, минеральные удобрения.

In the present article was conducted the analysis of the macromedia of one of the most largest companies named OJSC "Uralkali" which products potassium ore and mineral fertilizesThe main method of our research was PEST analysis. Subsequent to the results was determined the rate of dependency of the company from the global environment.

Key words: analysis, technology, society, politics, economics, potassium, mineral fertilises.

Каждая компания испытывает на себе влияние внешней среды. Макроокружение косвенно воздействует на организацию постоянно, но также нередко случаются резкие проявления ее влияния, что часто приводит к негативным последствиям и даже банкротству. Поэтому отслеживать степень воздействия глобального окружения на компанию необходимо постоянно. Таким образом, целью исследования является анализ последних изменений в макроокружении организации, а также изучение степени воздействия данных изменений на компанию.

Определение влияния на организацию нижеперечисленных факторов проводится в трехлетней ретроспективе.

Политика:

В 2013 году во время конфликта между руководством Белорусской Калийной Компании президент Республики Беларусь Александр Лукашенко настоял на аресте генерального директора «Уралкалия» В.Баумгертнера и С.Керимова, что привело к смене состава акционеров компании, топ-менеджмента компании [3].

Изменения законодательства

ГК РФ Статья 102 в ред. Федерального закона от 05.05.2014 N 99-ФЗ:

ПАО не может размещать привилегированные акции с номинальной стоимостью ниже обыкновенных [1].

НК РФ Статья 342 в ред. Федерального закона от 30.09.2013 N 268-ФЗ: Налоговая ставка при добыче калийных солей достигает 3,8% [4].

ТК РФ Статья 219 в ред. Федерального закона от 28.12.2013 N 421-ФЗ: изменения заключаются в проведении специальной оценки условий труда, в осуществлении гарантий (не только компенсации) работникам в опасных условиях труда [7].

Закон РФ "О недрах" Статья 18 в ред. Федерального закона от 29.12.2014 N 459-ФЗ: При условии возможности использования альтернативных источников сырья, недра могут не предоставляться [2].

Государственное регулирование в отрасли

По Приказу от 24 августа 2012 года был создан Экспертный совет по химической промышленности при ФАС, что усилило контроль за ведением деятельности крупнейших предприятий отрасли, и в частности «Уралкалия» [6].

Государственное регулирование конкуренции

В январе 2013 года ФАС РФ приняла Рекомендации в отношении ценообразования ОАО «Уралкалий». Раньше потребители компании составляли три группы, а именно, промышленные, производители сложных минеральных удобрений и сельское хозяйство. Цены для групп потребителей существенно разнились. ФАС порекомендовала сделать единым ценообразование для всех групп на основе минимальной цены на экспорт продукции компании [8].

Вывод о влиянии наиболее значимых факторов: так как рынок, на котором действует компания является, олигополистическим, и в рамках страны конкурентная среда в данной области не развита: фирма - монополист, ФАС РФ уделяет значительное внимание ценообразованию компании [8]. В таких условиях каждое решение предприятия касаемо маркетинговой политики, формирования цен не может быть предпринято без согласования и контроля данной службы. Также ФАС РФ может возбудить дело об административном правонарушении при заключении финансовых сделок с компанией без оповещения службы [8].

Экономика:

Наблюдается рост ВВП и без влияния инфляционных процессов, что говорит об экономическом росте, увеличении доходов населения и улучшении его благосостояния (табл.1).

2012	2013	2014
42869,6	43444,4	43722,7

Табл.1.ВВП в постоянных ценах 2008г (млрд.руб.) [5]

Уровень безработицы снижается, как в РФ (в 2012 и 2013 гг. – 5,5 %, в 2014 – 5,2 %), так и по области (6,3% в 2012, 6,5 – в 2013 и 5,8% - в 2014), следовательно, число платежеспособного населения возрастает [5].

Ослабление рубля в благоприятную сторону повлияло на

производителя калийных удобрений. Рентабельность компании повысилась, себестоимость добычи сырья снизилась [3]. Индия планирует быть инвестором конкурирующей компании «Белоруськалий», что негативно отразится на деятельности «Уралкалия» [10]. По данным налогового законодательства налоговая ставка при добыче калийных солей достигает 3,8% [4].

Вывод: из наиболее значимых факторов можно выделить понижение курса рубля, что положительно повлияло на состояние фирмы с учетом, что большая часть добытой руды идет на экспорт.

Социум:

По доходам населения за данный период можно сказать, что уровень жизни повышается, следовательно, такая динамика имеет положительное воздействие на компанию. Расходы населения растут, в том числе и на питание. Уровень жизни становится выше, стиль определяется повышенным потреблением.

Вывод: все показатели имеют положительную динамику и благоприятное влияние на деятельность компании. Доходы населения растут, численность тоже, потребление продуктов питания увеличивается, а, следовательно, необходимо увеличить производство минеральных удобрений, для большей урожайности. Поэтому спрос на хлористый калий повышается.

Технологии:

Государственная политика в области НИОКР в отрасли

В структуре Пермского национального исследовательского политехнического университета открыт Институт калия, где студенты изучают отрасль, ведут научную деятельность, осуществляют внедрение инноваций в отрасль, также ВУЗ обеспечивает край и градообразующую компанию высококвалифицированными специалистами в калийной добывающей отрасли [9].

Вывод: наиболее значимым технологическим фактором является наличие специализированного высшего учебного заведения. Развитие науки в области добычи и переработки калия, наличие в компании специализированного высококвалифицированного персонала положительно влияет на ее деятельность и помогает находиться на передовых местах мирового рынка.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] / КонсультантПлюс - Режим доступа: http://www.consultant.ru
2. Закон РФ от 21.02.1992 N 2395-1 (ред. от 13.07.2015) "О недрах" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016) [Электронный ресурс] / КонсультантПлюс - Режим доступа: http://www.consultant.ru
3. Калийная война: Шантаж, аресты и другие методы А.Лукашенко [Электронный ресурс] / РосБизнесКонсалтинг - Режим доступа: http://www.rbc.ru/story/871832.shtml

4. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] / КонсультантПлюс - Режим доступа: http://www.consultant.ru/
5. Национальные счета [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
6. Приказ №545 от 24.08.12 "Об Экспертном совете по химической промышленности при Федеральной антимонопольной службе" [Электронный ресурс] / ФАС России - Режим доступа: http://fas.gov.ru/legislative-acts/legislative-acts_51009.html
7. ТК РФ, Статья 220. Гарантии права работников на труд в условиях, соответствующих требованиям охраны труда [Электронный ресурс] / КонсультантПлюс - Режим доступа: https://www.consultant.ru
8. Федеральная Антимонопольная Служба [Электронный ресурс] / ФАС России - Режим доступа: http://fas.gov.ru/
9. Институт калия [Электронный ресурс] / Пермский национальный исследовательский политехнический университет - Режим доступа: http://pstu.ru/title1/departments/centres/kalii/?act=1
10. Индия заинтересована инвестировать в калийную отрасль Белоруссии [Электронный ресурс] /РИАНОВОСТИ - Режим доступа: http://ria.ru/economy/20150907/1235390401.html

Подопригора М.Г., к.э.н.
доцент
кафедра «Менеджмента и инновационных технологий»
Зверева К.С.
менеджер, выпускник
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

В работе представлены результаты исследований, направленных на изучение возможностей применения различных методов тайм-менеджмента в ежедневной деятельности банка. Кратко описаны отдельные выводы и положения, полученные в ходе изысканий по проблеме эффективного использования рабочего времени сотрудников банка.

Ключевые слова: тайм-менеджмент, методы управления временем, банк, управление персоналом, организация труда, эффективность использования рабочего времени.

Podoprigora M.G., Ph.D.
Associate Professor of "Management and technology innovation"
South Federal University
Russia, Taganrog
Zvereva K.S.
The manager, a graduate of the Southern Federal University

Russia, Taganrog

TIME-MANAGEMENT OF THE BANK

The results of studies designed to explore the possibilities of different methods of time-management in the daily activities of the bank. Briefly described some of the findings and the position obtained in the course of research on the problem of efficient use of staff time bank.

Keywords: time-management, time management techniques, banking, human resource management, organization of work, the efficiency of the use of time.

Актуальность темы не вызывает сомнений и обусловлена тем фактом, что Эффективное управление временем одно из необходимых условий успешной профессиональной деятельности современного руководителя. В условиях перманентно изменяющейся конъюнктуры рынка и постоянно усиливающейся конкуренции исключительно важно умение эффективно организовывать время на всех уровнях – индивидуальном, командном и корпоративном. Задача руководителя заключается в такой организации труда, при которой сотрудники могут увязать результаты персонального самоменеджмента с повышением показателей эффективности фирмы или ее структурного подразделения.

Опираясь на данные идеи, при проведении настоящего исследования были поставлены следующие задачи.

1. Изучение теоретических основ тайм-менеджмента в системе управления современной организации.
2. Анализ результативности использования рабочего времени руководителей одного из банков города Таганрога.
3. Исследование практики использования основных идей тайм–менеджмента в деятельности руководителя банка.
4. Разработка мер по внедрению основных идей тайм-менеджмента в систему управления современной организации.
5. Мониторинг процесса и начальных результатов внедрения концепции тайм-менеджмента.

Кратко остановимся на конкретных выводах и результатах, полученных в ходе решения поставленных задач в процессе работы над исследованием.

Во-первых, были изучены теоретические основы тайм-менеджмента в системе управления современной организации: феномен времени, рассматриваемый как современные философские и психологические концепции, наряду с чисто физической трактовкой категории времени; произведен анализ основных подходов и методов тайм-менеджмента, для решения проблем, связанных с рациональным использованием рабочего времени. Был сделан вывод о необходимости использования комплекса методов с учетом возможности их адаптации под специфику деятельности конкретной организации.

Во-вторых, был выбран объект исследования – дополнительное отделение одного из банков в г.Таганроге. Был изучен кадровый состав объекта исследования – по поло-возрастным характеристикам, уровню образования и стажу работы. Наибольший вес в составе персонала занимают работники женского пола. В процентном соотношении в 2013 году это составило 71,5% к 28,5%, в 2014 году 90% к 10%, а в 2015 году 90% к 11%. Большинство работников имеют высшее образование (56%), что позволяет сделать вывод о наличии потенциала для развития.

В-третьих, с целью выявления недостатков в организации труда была проанализирована результативность использования рабочего времени руководителя банка. Для этого был использован метод индивидуальной фотографии рабочего дня. В результате был сделан вывод, о том, что руководитель использует свое рабочее время неэффективно, в первую очередь не выполняя намеченный план. Далее был представлен анализ структуры затрат рабочего времени старшего операциониста, т.е. заместителя руководителя исследуемого банка. Отмечено, что операционист ежедневно отрабатывает на 45 минут больше, отведенного рабочего времени, или на 9,3% от 480 минут. Вследствие чего возникает постоянная усталость, и снижается трудоспособность работника. Это говорит о том, что руководитель не правильно распределил обязанности не только свои, но и своих подчиненных.

Так как, принципиально важным направлением развития Банка является максимальная ориентация на клиента, то, проанализировав фотографию своего рабочего дня, руководителем было принято решение о том, что для усиления конкурентной позиции на российском финансовом рынке необходимо использовать новые и более совершенные методы тайм-менеджмента.

В-четвертых, был разработан комплекс мер по внедрению основных идей тайм-менеджмента в систему управления современной организации. В ряду общих изменений, было сделано следующее:

1. Выявление относительного объема потерь рабочего времени, при помощи метода моментных наблюдений.
2. Определение реального вклада работников в деятельность предприятия, с помощью автоматического учета рабочего времени.
3. Повышение эффективности деятельности руководства и специалистов, при помощи внедрения технологии планирования времени на базе Microsoft Outlook.

В-пятых, нами был проведен мониторинг процесса и начальных результатов внедрения концепции тайм-менеджмента.

По результатам метода моментных наблюдений было установлено, что в среднем рабочее время сотрудников отдела распределяется следующим образом: 6% занимает обслуживание рабочего места, 3% — подготовительно-заключительная деятельность, 39% — основная деятельность, 14% — вспомогательная деятельность, 22% — потери

рабочего времени, 5% — отдых и личные надобности. В результате загрузка одного сотрудника (в среднем) составляет 55%. Потери рабочего времени сотрудников варьируются от 15% до 30%. В результате анализа были приняты меры для рационализации процесса использования сотрудниками своего рабочего времени.

Вторым мероприятием по повышению эффективности использования рабочего времени внедрение автоматизированной системы учета. На создание системы обзора и контроля потребовались небольшие вложения, а именно покупка лицензионного соглашения, непосредственно на данное обеспечение, а так же на ее установку. Но данные затраты, по результатам предварительной оценки, окупятся в течение полугода.

Для принятия полного решения об эффективности системы учета рабочего времени, потребуется время, в среднем 1 квартал. Но можно сказать, что уже через неделю, а именно 5ть рабочих дней, сотрудники стали более ответственно относиться к своевременному началу и окончанию трудового дня. Так же было заметно, что внедрение подобной системы позволило снизить потери времени из-за опозданий и ранних уходов до 1 часа в день на 4–5 сотрудников.

Следующее мероприятие по внедрению современных методов управления – «Корпоративный тайм-менеджмент на Outlook». Введение такого стандарта работы обеспечило упрощение контроля – благодаря параллельному просмотру своих задач и задач подчиненных по направлениям деятельности. Согласованность в работе способствовало и улучшению взаимодействия между подразделениями.

Примерно через три месяца, можно делать выводы о достигнутых результатах. Главный результат – это увеличение продаж, снижение затрат. Собственно уже здесь можно увидеть этот главный результат, в первую очередь в понимании сотрудниками того, как нужно управлять временем и что нужно изменить в себе, с тем чтобы само время эффективно работало на тебя.

Все применяемые методы изучения затрат рабочего времени взаимосвязаны и дополняют друг друга. Комбинирование этих трех методов позволяет оперативно оценивать эффективность деятельности компании и конкретных сотрудников. В целом, применяемые подходы, являются мощным средством для достижения целей, и требуют высокого профессионализма и большой ответственности сотрудников банка.

Попова И.Ю.
преподаватель
кафедра Сервиса и экономики сферы услуг
Институт пищевых технологий и дизайна
филиал ГБОУ ВО НГИЭУ
Российская Федерация, г. Н.Новгород

МЕНЮ РЕСТОРАННОЙ ИНДУСТРИИ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

Аннотация: Статья посвящена актуальной проблеме применения в современной ресторанной индустрии различных видов меню. В статье проанализированы не только обычные виды меню, но и его модернизация под влиянием новых современных технологий, раскрыта структура меню в различных организациях общественного питания, проведено маркетинговое исследование в данной области и представлена часть результатов, в качестве опроса посетителей и их впечатления о применении различных видов меню в Нижегородской индустрии питания и их тенденции развития.

Abstract: the Article is devoted to the problem of use in modern food industry, various kinds of menus. The article analyzes not only the usual menus, but its modernization under the influence of new technologies, the structure of the menu in various organizations of public catering, conducted marketing research in this area and presents part of the results, as a survey of visitors and their impressions about the use of different kinds of menus in the Nizhny Novgorod food industry and their development trends.

Ключевые слова: меню индустрии питания, виды меню, электронное меню, меню борды, дизайн меню, впечатления потребителей от применения меню.

Keywords: menu the food industry, menus, electronic menus, menu boards, menu design, impressions of users from the application menu.

Сегодня современную индустрию питания сложно представить без актуального и высококачественного меню предприятий общественного питания. Данный вопрос на данный момент актуален и требует рассмотрения. Анализируя различные понятия «меню» и новые технологии в ресторанной индустрии, автор статьи пришла к выводу, что в различных источниках литературы определение меню звучит по разному и автору ближе следующее [1,с121]:

Меню – это визитная карточка заведения, перечень блюд, закусок, кулинарных изделий, напитков, имеющихся в продаже на данный день [3, с 56].

На сегодняшний день принято выделять несколько традиционных типов меню, каждый из которых базируется на том или ином принципе. Так, например, самым распространенным считается меню A La Carte, согласно которому клиент в праве самостоятельно формировать заказ из тех кушаний, которые предложены в полном меню. Причем для каждого блюда указывается цена, и посетители выбирают их по своему усмотрению.

Второй вариант меню - Table D'Hote – предусматривает выбор гостем по одному кушанью из каждой категории, представленной в меню (закуски, салаты, первые блюда, горячее, десерты и так далее). В данном случае стоимость заказа является единой, фиксированной и не зависит от предпочтений посетителя.

В так называемом меню Prix Fixe посетителю предлагают конкретный набор приготовленных блюд, цена которого устанавливается заведением и, как правило, не предполагает возможности выбора.

Довольно оригинальным вариантом можно назвать дегустационное меню, согласно которому гостям предлагаются миниатюрные порции разных кушаний на усмотрение шеф-повара. Нередко их подают с подходящими к ним винами. Такие порции являются дополнением к основному обеду, который состоит из нескольких блюд.

Наиболее традиционным и распространенным считается первый вариант – меню бумажное. В зависимости от вида заведения оно может различаться по длине и исчерпаемости содержания. Самые простые меню распечатываются на одном листе бумаги, хотя нередко можно встретить гораздо более объемные варианты. Основное меню зачастую дополняется тематическими:

– меню с аппетайзерами,
– винной картой,
– меню напитков,
– десертное меню,
– пивное меню.

С развитием индустрии питания и технологий обслуживания в данной сфере появляется необходимость использовать новые технологии, которые нашли свое отражение в использовании электронного меню, динамических и статичных меню бордов, онлайн-меню, интерактивного меню в виде столов.

Электронное меню – это интерактивная система заказов, позволяющая посетителю заведения легко и быстро ознакомиться со всем многообразием предлагаемых блюд и напитков, в любой момент без помощи официанта сделать заказ или попросить счет[2, с 102].

Меню борды – это либо объёмный, либо плоский лайтбокс с легко сменяемой информацией, для фастфудов, кафе [2, с 112].

Динамические меню борды (Digital menu board) — система трансляции динамического меню на мониторах для ресторанов, фастфудов и кафе, оснащенная специализированной системой управления [2, с 114]. Систему можно синхронизировать с кассами для автоматической выгрузки данных.

Статичные меню бордов - заранее определенные меню, которые не изменяются каждый день[2, с 122] . Содержание статичных меню может меняться только по причине включения в него сезонных продуктов либо замены блюд, не пользующихся спросом.

Онлайн-меню - умная система бронирования в ресторанах и кафе, заказ блюд через интернет при использовании веб-сайтов заведений

индустрии питания.

Интерактивное меню в виде столов - представляет собой стол со встроенным в него широкоформатным сенсорным дисплеем, на котором отображается электронное меню кафе или ресторана [4, с 162].

Итогом выше изложенного следует, что меню это не просто печатные листы бумаги с информацией о блюдах и напитках, которые предлагает предприятие индустрии питания, а важный инструмент маркетинговой стратегии учреждения питания.

Нужно помнить, чтобы меню привлекало внимание клиентов заведения, его нужно правильно составить и тем самым увеличить реализацию продукции, создать атмосферу комфорта, сформировать у посетителей заведения представления об уровне мастерства кулинаров и кухни в целом. Разработку меню лучше доверить профессионалам, специалистам в данной области деятельности, но если у владельцев предприятий есть в штате сотрудник, который в этом разбирается, то можно сэкономить и не обращаться в специализированные организации. К составлению меню стоит подходить креативно, основательно, с изюминкой, но оно должно быть понятным для каждого посетителя и не вводить его в заблуждение, не приводить к снижению продаж блюд и напитков.

Автором статьи было проанализировано несколько меню из Нижегородских заведений общественного питания и сделан вывод, что меню этих учреждений имеет общую структуру и должно содержать одинаковые составляющие при оформлении меню, которые должны содержать:

1. Дизайн меню должен отражать концепцию заведения общественного питания.
2. Расположение разделов. Самым распространенным является расположение от закусок и салатов до десертов и напитков. Эксклюзивные и самые выгодные блюда и напитки следует отдельно выделить, как и новые и специальные позиции в меню. Обратив тем самым взгляд посетителей на них, повысив тем самым покупательскую способность и уровень продаж.
3. Иллюстрации. Они занимают не малое место в меню. Фотографии готовых блюд и напитков в меню должны выглядеть аппетитно и достоверно. Если есть расхождение во внешнем виде блюда и картинкой-фотографией, то клиент может быть разочарован и в следующий раз его не закажет. Лучше не использовать иллюстраций в меню, а только подробное описание составляющих ингредиентов блюда и напитков.
4. Следующей составляющей при оформлении меню отображается ошибка в перегрузке картинками-фотографиями и текстом. Самым правильным решением будет оставить лист меню наполовину свободным. Лучше всего на одной странице располагать только одну колонку с позициями блюд.

Дополнительно можно предложить специальные вставки-вкладыши с сезонными меню и акциями. Формат этого меню должен по правилам отличаться от основного и привлекать к себе больше внимания.

5. Обложка и формат меню. Нужно учесть материал переплёта, размер, форму, плотность и текстуру. Эти элементы нужно продумать таким образом, чтобы не перегружать меню, чтобы оно не выглядело вульгарно, примитивно и безвкусно, а внешний вид радовал взгляд и был запоминающимся. Обложка должна быть приятна на ощупь с целью создания положительного впечатления.

6. Продумать изменения в меню под воздействием внешних факторов (концепции ресторана или кафе, дизайнерских решений заведения, ценовой политики, изменений окружающей инфраструктуры и т.д.). Если, к примеру, изменились цены на блюда и напитки, то ни в коем случае нельзя их зачеркивать, вписывать, вклеивать новые. Это не эстетично и отталкнет посетителей.

7. Меню должно быть написано на государственном языке страны пребывания, вне зависимости от того, какую кухню представляет этот ресторан или кафе.

8. В меню должны быть представлены все основные сведения о ресторане: логотип и название, адрес, номер телефона, время работы, выходной день (если есть), виды принимаемых кредитных карт, предложение по оказанию специальных услуг или по проведению банкетов.

Самым актуальным на сегодняшний момент времени является использование новых находок и технологий ресторанной индустрии, которыми пользуются многие рестораторы и владельцы кафе Нижегородской индустрии. К примеру, в местах продаж фаст-фуда используют динамическое меню борды, которые являются важным инструментом продаж. Данные меню борды в отличие от статичных гораздо лучше привлекают внимание посетителей благодаря яркой картинке. Они помогают посетителю быстро сориентироваться по меню, представить, как выглядит каждое блюдо из этого меню, определить стоимость, сформировать заказ. Меню борды ускоряют пропускную способность заведения, увеличивают количество импульсных покупок, цену среднего чека. Цены можно менять очень быстро и легко. Применение динамических меню бордов входит в систему автоматизации R-Keeper, в качестве экранов в нем используют обычные телевизоры.

Проанализировав впечатления потребителей продукции общественного питания данной сферы, некоторых предприятий Нижегородской индустрии гостеприимства получен результат восприятий различных меню, отраженных на рисунке 1.

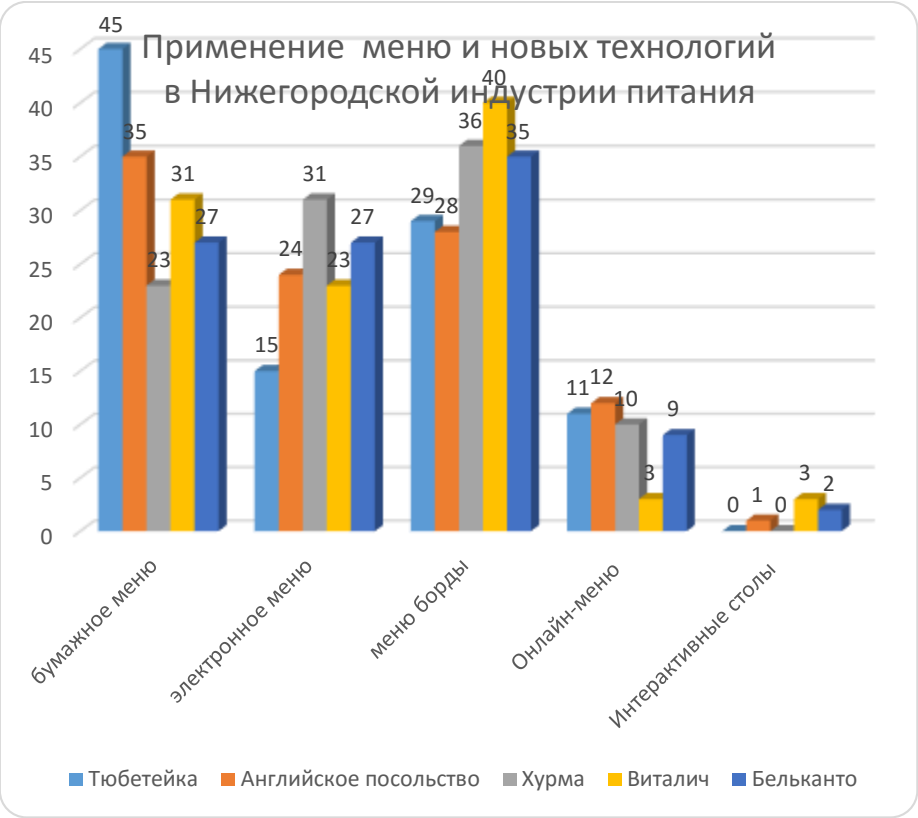


Рисунок 1 – Результат анализа впечатлений от применения меню и новых технологий в Нижегородской индустрии питания

Исходя из данных анализа, отраженных на рисунке 1, можно сделать вывод, что хотя нижегородская индустрия и применяет новые технологии, но не очень активно, а отдает предпочтения проверенным способам, т.е стандартному бумажному меню.

В итоге можно сделать основный вывод: любое заведение индустрии питания не может работать без меню, а современный бизнес требует от рестораторов уделять огромное внимание не только экономической эффективности заведения, внешнему его виду, квалификации персонала, но и новым веяниям, используемым в индустрии питания, а именно автоматизации работы заведения, применению новых технологий. В помощь ему и приходит старое проверенное годами меню с применением современных инновационных технологий.

Использованные источники:

1. Богушева В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: Учебное пособие/под ред. Печенюк А.П. – 5-е изд., перераб. и доп. – Ростов – на - Дону: Феникс, 2011-321 с.

2. Денисов Д. Фаст-фуд. Рестораны быстрого обслуживания. – М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2007-398 с.

3. Радченко Л.А. Организация производства на предприятиях общественного питания Учебник. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 352 с.

4. Усов В.В. «Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания»: учеб. для нач. проф. образования: учеб. пособие для сред. проф. Образования / В.В. Усов. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский

центр «Академия»: Образовательно-издательский центр «Академия», 2012. – 416 с.

Пушкина Т. Д.
студент 2-ого курса
Бугаян С. А.
преподаватель
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

РОЛЬ ПСИХОЛОГИИ В ПОСТРОЕНИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РУКОВОДИТЕЛЯ С ПОДЧИНЕННЫМ

Аннотация:

В статье показана важность применения различных психологических аспектов в процессе управления организацией. Роль психологии очень важна в построении взаимоотношений с подчиненными для наиболее эффективной деятельности коллектива и предприятия в целом, для поиска наиболее выгодных решений возникших проблем. Процесс управления организацией совершенствуется только при разрешении психологических проблем управления и грамотного анализа всех психологических аспектов.

Abstract:

The author of this article explains the importance of knowledge of psychology to the leader of any organization. Its role is very important in building relationships with their subordinates for the most effective activity of the collective and the company as a whole, to find the most profitable solutions of the problems. After all, the management of the organization is improving only with the resolution of psychological problems of management and competent analysis of all the psychological aspects.

Ключевые слова:

Управление; руководитель; коллектив; психологический анализ; управленец; подчиненные; стимулирование; эффективность.

Keywords:

Management; leader; collective; psychological analysis; manager; subordinate; stimulation; effectiveness.

Управление – это некая деятельность человека, которая осуществляется в рамках коллективного труда и направленна для достижения определенной цели или результата. Управление является одним из неотъемлемых элементов работы коллектива совершенно в любой сфере деятельности, будь то производство или здравоохранение, культура или образование.

Всем нам известно, что управление подразумевает под собой руководство людьми, а это значит, что успешный управленец должен обладать хотя бы базовыми знаниями о человеке, о закономерностях его поведения, о возможностях и способностях, психологических различиях и

взаимодействии между собой. Важным моментом в руководительской деятельности является именно ее психологический анализ для достижения максимально высокого результата и эффективных решений поставленных задач.

Для начала стоит выделить основные профессионально важные черты руководителя. Одним из главных качеств хорошего управленца является глубокое практическое мышление. Человеку, занимающему должность с обязательным контролем деятельности подчиненных, свойственно наличие быстроты мышления, решительности, наблюдательности, внимательности, хорошо развитой оперативной памяти, моментального предвидения нахождения верного решения любой стоящей перед ним задачи. Во время различных непредвиденных стрессовых ситуаций он должен полагаться на свой разум, а не только на эмоции, их следует убрать на второй план.

Для обеспечения нормальной работы коллектива необходимо хорошее настроение, которое во многом зависит от доброжелательности, вежливости, понимания руководителя к подчиненным, подчиненных друг к другу и, непосредственно, подчиненных к руководству.

Также весомую роль на формирование межличностных отношений в организации играет то, как руководитель преподносит себя перед людьми и обладает ли он определенным авторитетом. Из этого можно выяснить, может ли он оказать стимулирующее влияние на коллектив или нет. Отсутствие мотивации значительно сказывается на скорости и качестве выполнения работы. Стимулирование труда определяется взглядами управленца на образ жизни каждого отдельного человека, его понимания, возможности, интересы и идеалы. Одним из наиболее грамотных видов мотивации сотрудников является сочетание материальных стимулов с моральными. Умелое их комплексное использование приводит к сбалансированной и эффективной работе коллектива.

Принимая человека на определенную должность, управленец должен руководствоваться психологическим отбором лиц, которые могли бы максимально обеспечить эффективное выполнение поставленных задач. Также руководитель должен объективно оценивать возможности, желания и настрой подчиненного при выдвижении его на более высокую должность.

Вспомним один из социально-психологических экспериментов, который был проведен в США на текстильном предприятии группой ученых во главе с Мейо в 1924 году. На фабрике обнаружилась такая проблема как высокая текучесть кадров. Никто не мог найти объяснение этому факту и его решение. Один из основоположников школы человеческих отношений Мейо без труда определил, что дело именно в психологической составляющей. Условия труда прядильщиц давали мало возможностей общения женщин между собой, а также их труд был тяжел и требовал большого эмоционального напряжения. Для устранения возникшей ситуации было решено ввести небольшие перерывы в течение рабочего дня, во время которых работницы могли пообщаться друг с другом. Также станки в цехе

были передвинуты в полукруг, чтобы во время самой работы женщины тоже могли разговаривать. В штат цеха ввели медицинскую сестру, к которой разрешено было обращаться за помощью, в том числе и психологической. Такая реорганизация труда на предприятии сократила текучесть кадров, а также улучшила взаимоотношение работниц как друг с другом, так и с руководством.

Проанализировав сложившуюся ситуацию, можно сделать вывод, что для успешного продвижения любой организации необходим руководитель, имеющий определенную подготовку и знания главных принципов управления с учетом всех психологических аспектов современной управленческой деятельности. Разрешение психологических проблем управления, без сомнений, позволит организации совершенствовать процесс ее управления.

Использованные источники:

1. Бугаян С.А., Юсупова Д.Х. «Менеджмент двадцать первого века – управление в стиле коучинг» // Материалы первой научной сессии факультета управления: сборник докладов; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Издательство «Медиа-Полис», 2015. – 93 с.
2. Бугаян С.А., Басакина Д.А. «Коучинг в процессе управления организацией» // Материалы первой научной сессии факультета управления: сборник докладов; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Издательство «Медиа-Полис», 2015. – 65 с.

Развозжаева Е.А.
Волжский гуманитарный институт
(филиал) ФГАОУ ВПО «Волгу»
студент 2 курса магистратуры
Россия, г. Волжский

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЛИНГ: СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ В АНТИКРИЗИСНОМ ФИНАНСОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Сегодня, в современном мире происходит процесс объединения традиционных функций управления в экономике в единую интегрированную систему, направленную на достижение, во-первых, оперативных и текущих целей в вопросе получения прибыли, и во-вторых, целей в области обеспечения экономической независимости, финансовой устойчивости.

Наиболее важным аспектом становится принятие решений на каждом уровне управления. Управленческие решения должны основываться на системном изучении проблем, которые возникают под воздействием макро- и микросреды, их скорость изменения влечет за собой необходимость совершенствования финансового управления предприятием.

Финансовый антикризисный менеджмент предусматривает систему мероприятий, включающую:

А) диагностику причин появления кризисных состояний в финансово-экономической системе предприятия;

Б) комплексный анализ финансового состояния предприятия, как ретроспективного, так и перспективного, с целью выбора методов санации;

В) проектирование и бюджетирование деятельности;

Г) разработка мероприятий антикризисного финансового управления и контроллинг эффективности результатов внедрения нововведений.

Отметим, что благодаря контролю выявляются слабые стороны, вводятся в действие резервы, что тем самым помогает избежать крнизисных ситуаций и банкротства.

Происходит усложнение процессов финансового управления и в случае успешной деятельности предприятия, и в случае кризисных состояний, являющихся характерными как для мировой экономики, так и нашей страны в частности.

На эффективность системы финансового менеджмента коммерческих организаций влияют как внешние факторы, так и внутренние.

Корпоративное управление сводится к трём приоритетным направлениям политики компании в финансовом менеджменте:

- управление собственностью, долями в уставном капитале;
- производсвтенно-хозяйственный менеджмент;
- финансовый контроллинг.

Каждому из составляющих единой системы менеджмента необходимо наличие инструментов и индикаторов корпоративного контроля финансовых потоков.

Т.е. корпоративный финансовый контроллинг – это функция менеджмента организации, которая направлена на реализацию балансирования между интересами собственников. Предмет корпоративного финансового контроллинга – это финансово-экономичекие отношения деятельности участников, а объект – формы объединения участников и их воздействия на финанансовые потоки.

Финансовые потоки рассматриваются как потоки активов и источников их формирования, затрат и результатов в стоимостной форме. Финансовый поток – это более обширное понятие, чем поток денежный, поскольку первый может быть представлен как в явной форме (реальный поток), так и в неявной (вмененные издержки).

Корпоративный контроллинг может быть представлен в трех формах (рис.1):

- финансовый контроль распределения финансовых потоков;
- акционерный контроль или контроль над собственностью;
- производственно-хозяйственный контроль или контроль над предпринимательской деятельностью.

Рис.1 Формы корпоративного контроля

Также корпоративный контроль может быть осуществлен как непосредственно самими участниками, так и через посредников, которые не вступили в корпоративные отношения.

Фундаментом для трансформации контроля потока финансов организации может служить:

- финансовый менеджмент в разветвленной и технологической операционной, инвестиционной и сбытовой деятельности;
- высокий уровень сосредоточенности ресурсов;
-защита интересов владельцев в реалиях трансформации системы прав и ответственностей субъектов контроля потока финансов;
- увеличение доли акционерных обществ на имеющемся, объединенных либо новых рынках;
- стимул исключения конкурирующих интересов и самих конкурентов;
- рекомбинация финансовых потоков и оборотного капитала, в том числе в условиях холдинга;
-обозначение центров ответственности в системе бюджетирования;
- регулирование значения стоимости компании и целевого распределения прибыли;
- расширение собственности и защита владельцев неконтролирующих пакетов (миноритариев).

На проведение любой финансово-хозяйственной операции должно

быть получено разрешение уполномоченным лицом. После её совершения должна пройти проверка на соответствие установленным требованиям.

Формализация последовательности составных элементов корпоративного финансового контроля происходит путем определения должностных лицом, которые наделяются правом санкционирования процедуры.

Формальные требования к операции рационально представить в форме нормативов, бюджетов, планов, регламентов действий.

Исполнение имеющихся требований при проведении финансово-хозяйственных операций находится под контролем тех сотрудников, в чьи обязанности входит контроллинг по осуществлению мероприятий. В данной ситуации необходимо учесть требование об избежании внутреннего конфликта объекта и субъекта контроля. То есть, сотрудник, который совершает финансово-хозяйственную операцию, не может отвечать за контроль правомерности и обоснованности проводимой операции.

Контрольные процедуры осуществляются субъектами внутреннего контроля финансового менеджмента не только в процессе проведения финансово-хозяйственных операций, которые непосредственно оказывают влияние на состояние объекта контроля, так и в процессе последующего контроля, направленность которого ориентирована, во-первых, на выявление отклонений учитываемых показателей и величин, а также сравнение их с нормативными (плановыми), и во-вторых, на анализ соблюдения процедуры текущего контроля.

В периоды роста и стабилизации, финансовая политика организации ориентирована на достижению рациональной и наиболее оптимальной структуры средств, разделяемых на собственные, заемные, привлеченные, с целью обеспечить наибольшую эффективность хозяйственной деятельности, максимизацию прибыли и финансовую устойчивость организации при допустимых уровнях риска.

В периоды спада для финансовой политики приорететными задачами являются решения накопленных финансовых проблем, а также проблем формирования и использования финансовых ресурсов коммерческой организации.

Таким образом, цель антикризисного контроллинга – в первую очередь, недопущение финансовой опасности для предприятия путем отслеживания всех показателей, контролирования процессов исполнения решений. Контроль позволяет улавливать слабые сигналы возможного кризиса. Это является преимуществом такого метода антикризисного управления, основывающегося на финансовом контроле.

Репина Е.А., к.э.н.
доцент
Бабенко М.А.
студент
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ СОТРУДНИКОВ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Статья посвящена управлению мотивацией сотрудников в международном бизнесе. В статье рассматриваются различные примеры мотивации персонала в разных странах, а также представлены подходы для стимулирования сотрудников к труду.

Ключевые слова: персонал, международный бизнес, кадровый менеджмент, мотивация, карьерный рост, оплата труда, моббинг, потребности, двухфакторная теория мотивации, материальное поощрение, стимулирование.

Article is devoted to a management of employee motivation in international business. In article various examples of employee motivation in the different countries, and presents approaches to encourage employees to work.

Keywords: staff, international business, human resources management, motivation, career development, remuneration, mobbing, needs two-factor theory of motivation, financial incentives, incentives.

В современном бизнесе персонал рассматривается как стратегический ресурс. Это, прежде всего, вызвано необходимостью повышения конкурентоспособности фирм, которые представляют интересы нашей страны на международной арене. Международный менеджер в целях регулирования и организации эффективной деятельности труда должен использовать различные информационные ресурсы, такие как данные об уровне потребностей персонала, а также собственный опыт в вопросах кадрового менеджмента. Это проблема может быть довольно затруднительной, в том случае, если коллектив многонациональный.

Мотивация - побуждение к действию (работе); динамический процесс психофизиологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности [1].

Мотивация персонала международной компании предполагает позиционирование сотрудника не только в соответствии с потребностями транснациональной корпорации, но и в соответствии с его личными интересами. Информирование сотрудника о собственном карьерном росте и стратегических задачах организации, формирование стабильной и благоприятной организационной среды – всё это должно обязательно присутствовать в компании с мультинациональным персоналом.

Общеизвестный стереотип о том, что основной причиной выбора той

или иной организации сотрудником является возможность перспективы карьерного роста и уровня оплаты труда, не является правдивым. На практике международный менеджер должен использовать все возможные средства: перспективы социализации; возможности реализации властных полномочий и демонстрации собственных талантов; формирование дружественных контактов с представителями других культур; возможность изучения иностранного языка; престижность организации; территориальное расположение организации; возможности обучения и командирования; возможности по созданию или продолжению династии [2].

Сегодня во многих зарубежных странах законодательно закреплена защита прав работников в процессе реализации программ по управлению мотивацией, а также существуют ограничения работодателей в некоторых действиях. Управление мотивацией, прежде всего, адресовано к ценностям и сферам интереса сотрудников. В большинстве же западных стран такого рода информация может расцениваться как посягательство на личное достоинство работника и его благочестивое имя.

Например, в Дании, если «оскорблена» честь сотрудника, он имеет право не выполнять свои трудовые обязанности до того момента, пока ему не преподнесут извинения. Также работник имеет право уволиться с возмещением работодателем материального ущерба.

В Испании, согласно ст.20 Статуса трудящихся Испании должен быть обеспечен суверенитет личности сотрудника. Предприниматель обязан уважительно относиться к человеческому достоинству своего работника.

Таким образом, происходит формирование моббинга – нового направления международного трудового законодательства, которое запрещает психологическое воздействие, давление по отношению к сотруднику со стороны его администрации и коллег.

Национальные контексты удивительно солидарны в отношении к пониманию сути мотивации. Японцы говорят: «Не существует плохо работающих японцев, просто работа японца не нашла». У американцев распространена следующая идея: «В этой жизни необходимо научиться хорошо делать любимое дело, а потом найти хорошего парня, который будет за это хорошо платить». Таким образом, интерес к выполняемой работе интернационален, но приоритетность потребностей и желаний сотрудников имеют национальную специфику. Наиболее сложным моментом в этой связи является то, что любая теория мотивации вероятностна: то, что эффективно для одних, может быть совершенно не важным для других [3].

Ориентация на потребности в разных культурах такова: восточным культурам близки потребности общества, а западным – индивидуальные потребности. Если рассматривать иерархию потребностей Маслоу в отношении к востоку, например для китайцев, она будет иметь следующий вид: потребности в принадлежности; физиологические потребности; потребности в безопасности; потребности в самореализации. При этом на западе пирамида сотрудника включает потребности в следующей

последовательности: физиологические потребности, потребности безопасности, социализации, статуса и самореализации.

По Макклелланду для представителя западной культуры потребность в достижении и успехе ассоциируется с индивидуальными достижениями, карьерным ростом и успешной социализацией, для японского сотрудника, будет важна потребность, связанная с коллективными достижениями. По Алдерферу для жителей латиноамериканских государств потребность в росте связана в первую очередь с семейными ценностями, для индусов же главное духовное совершенствование.

Система организации труда либо побуждает сотрудников сверхурочно работать, либо ограничивает их в данном намерении. Сильнейшими доводами в данном случае можно считать законодательные особенности регулирования затрат труда в различных странах.

При этом на сегодняшний день среди развитых стран лидирует Япония, для которой проблема ограничения часов сверхурочной работы напрямую связана с высоким уровнем трудозатрат.

В других странах, например, в США, Германии, Швейцарии, Великобритании, Франции уже давно внедряется система гибкого рабочего времени, которая позволяет сократить рабочую неделю за счет сверхурочной работы в течение одного дня. Одним из сильнейших мотивов работы вне зависимости от национальности можно рассматривать варьирование продолжительности рабочего дня и недели. Таким образом, можно сделать вывод, что общечеловеческое стремление к свободе одерживает верх над национально-культурным фактором.

Не смотря на то, что при помощи оплаты труда можно удовлетворить потребность в творчестве и всеобщем признании, Ф. Герцберг в своей двухфакторной теории мотивации отнес данную категорию к гигиеническим факторам. Это означает, что у оплаты труда есть мотивирующая функция, которая при определенных обстоятельствах может трансформироваться в демотивирующую.

Во всех странах, которые имеют государственное законодательство о минимальной заработной плате (США, Испания, Португалия) существует значительный разрыв между установленной государством минимальной заработной платой и фактическим доходом. В таких странах как Германия, Италия, Великобритания, Япония, где нет установленного минимума заработной платы, решающее значение имеют минимальные уровни заработной платы, которые установлены коллективным договором компании между предпринимателями и профсоюзами.

Формирование оплаты труда, несомненно, тоже имеет серьезные национальные различия. Долгое время специфику Японии составляла система пожизненного найма для мужской составляющей персонала. Трудовая ставка трансформировалась под влиянием личной ставки, связанной с возрастом, стажем и семейной ситуацией. Соответственно оплата труда при таком подходе удовлетворяет потребности в безопасности

и стабильности.

Формирование заработной платы находится под воздействием еще одного важного фактора – её налогообложения. Во всех странах произошло некоторое сокращение системы социальных льгот, связанных с налогом на личные доходы, а это означает, что при найме на работу сотрудники в качестве приоритетных стимулов могут определять для себя уровень социальной защиты, формируемый компанией [2].

Практика оплаты труда также оказывает влияние на конкурентные преимущества международной фирмы. Довольно часто для привлечения высококвалифицированного персонала они устанавливают более высокую заработную плату, чем местные компании.

Практика международного бизнеса показывает, что универсальной системы вознаграждения, пригодной для любого типа работника и любой страны, нет.

Помимо основного материального поощрения в виде оклада и надбавок могут использоваться различного рода компенсации: премии, бонусы, участие в акционерном капитале, дополнительный отпуск, оплата нетрудоспособности, изменение пенсионного возраста, оплата транспортных расходов, различные формы страхования работников и их членов семьи, оплата медицинского обслуживания и т.д.

Дополнением к основному стимулированию также могут служить разнообразные приемы нематериального поощрения для их продуктивной работы в будущем: благодарность, награды, подарки, конкурсы и программы обучения и т.д.

В большинстве случаев международные фирмы для грамотного поощрения заслуг своих сотрудников используют один из следующих подходов:

1. Шкала компенсации. Данная система создает надежную базу для расчета размера оплаты труда менеджеров в стране пребывания.

2. Шкала компенсации, которая привязана к гражданству работника, используется преимущественно для менеджеров из развивающихся стран.

3. Глобальная шкала компенсации, которая предусматривает установление равного вознаграждения за одинаковую работу и для местного, и для прибывшего из-за границы персонала. Данный подход является довольно затруднительным, но в целом может предоставить наилучшие результаты.

Таким образом, и на процесс управления человеческими ресурсами, и на формирование эффективной мотивации в условиях международного менеджмента влияет огромное количество различного рода факторов: экономические; стиль и практика управления; различия рынков труда и факторы трудовых затрат; национальная ориентация; факторы контроля и несомненно культурные факторы.

Использованные источники:

1. Клочков А. К. KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических

инструментов. Эксмо, 2010
2. Пивоваров С.Э. Сравнительный менеджмент. – СПб.: Питер, 2006.
3. Степанов П.Д. Сравнительный менеджмент. – Н.Новгород: Государственный университет – Высшая школа экономики, 2002.

Русаков Г. В.
студент 4 курса
факультет «Менеджмент»
Костина О. В., к.э.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «Финансов и банковского дела»
Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Статья посвящена исследованию проблемы деловой активности организации. В ходе работы будет определена роль финансовой отчетности в анализе деловой активности, рассмотрены основные коэффициенты, характеризующие оборачиваемость на примере конкретной организации. В завершении исследования будут предложены пути решения имеющихся проблем у рассматриваемой организации.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, деловая активность, оборачиваемость, период оборачиваемости, организационный и финансовый циклы.

Article is devoted to research of a problem of business activity of the organization. During work the role of financial statements in the analysis of business activity will be defined, the main coefficients characterizing turnover on the example of the concrete organization are considered. In completion of research solutions of the available problems at the considered organization will be offered.

Keywords: accounting reports, business activity, turnover, turnover period, organizational and financial cycles.

В сложившихся условиях рыночной экономики бухгалтерскую (финансовую) отчетность можно расценивать как «лицо» предприятия. Бухгалтерская отчетность, в которой сосредоточена система обобщенных показателей, отражает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также является основой для проведения анализа финансового состояния предприятия. Данный анализ позволит оценить результативность работы предприятия, а также принять те или иные эффективные управленческие решения.

Одними из основных показателей, характеризующих эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия, являются показатели деловой активности. Деловая активность в финансовом аспекте проявляется,

прежде всего, в скорости оборота средств организации. Показатели деловой активности являются относительными и рассчитываются на основе данных о финансовых результатах, полученных за соответствующий период.

Исследование проблемы деловой активности организации, прежде всего, связана с тем, что оборотные средства являются необходимым условием для нормального функционирования организации в условиях рыночной экономики. Экономия денежных средств напрямую зависит от скорости обращения материалов, топлива и энергии. В следствии этого необходимо правильно оценивать сумму оборотных средств, а также определять возможные пути улучшения эффективности их использования. Чем чаще и быстрее оборотные средства трансформируются в денежные активы, тем выше ликвидность и платежеспособность организации.

Сокращение периода оборачиваемости запасов, снижение длительности оборота средств в расчетах способствует высвобождению денежных средств организации из хозяйственного оборота, при этом деловая активность организации не снижается. В результате этого организация либо расширяет и наращивает масштабы деятельности, либо совершает краткосрочные финансовые вложения одновременно с поддержанием ликвидности и платежеспособности организации.

Анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных финансовых коэффициентов оборачиваемости. Проведем анализ деловой активности на примере ПАО «Газпром». В таблице 1 приведены основные показатели деятельности организации, на основании которых будут рассчитаны коэффициенты оборачиваемости. В таблице 2 приведены коэффициенты оборачиваемости капитала (имущества) ПАО «Газпром» за 2011-2014 гг.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности, млрд. руб. [5]

Показатель	Период				
	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	Отклонение %
Выручка от реализации продукции	4637	4766	5250	5590	121
Имущество	10068	11429	12697	14307	142
Оборотные средства	2053	2331	2642	3162	154
Собственный капитал	7149	8120	9057	9877	138
Запасы	367	435	516	621	169
Денежные средства	475	468	560	865	182
Дебиторская задолженность	1248	1361	1445	1476	118
Кредиторская задолженность	881	1056	1114	1225	139

Таблица 2 – Анализ деловой активности

Показатель	Период				
	2011г	2012 г	2013 г	2014 г	Отклонение %
Коэффициент общей оборачиваемости имущества	0,46	0,42	0,41	0,39	85

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,26	2,05	1,99	1,77	78
Коэффициент отдачи собственного капитала	0,65	0,59	0,58	0,57	88
Коэффициент оборачиваемости материальных средств (запасов)	12,65	10,95	10,17	9	71
Коэффициент оборачиваемости денежных средств	9,77	10,18	9,37	6,46	66
Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах	3,72	3,5	3,63	3,79	102
Срок погашения дебиторской задолженности, дней	97	103	99	95	98
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	5,26	4,51	4,71	4,56	87
Срок погашения кредиторской задолженности, дней	68	80	76	79	116

Коэффициент общей оборачиваемости имущества показывает эффективность использования имущества. Отражает скорость оборота (в количестве оборотов за период всего имущества организации). Данный коэффициент рассчитывается по формуле (1):

$$К_{об.ак.} = \frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Среднегодовая сумма активов (капитала)}} = \text{количество оборотов} \quad (1)$$

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств показывает скорость оборота всех оборотных средств организации. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (2):

$$К_{об.об.ср.} = \frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Среднегодовая стоимость оборотных средств}} = \text{кол. оборотов} \quad (2)$$

Коэффициент отдачи собственного капитала показывает скорость оборота собственного капитала. Собственный капитал организации – стоимость (денежная оценка) имущества предприятия, полностью находящегося в его собственности. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (3):

$$К_{об.ск.} = \frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Среднегодовая стоимость собственного капитала}} = \text{кол. оборотов} \quad (3)$$

Коэффициент оборачиваемости запасов отражает число оборотов товарно-материальных запасов за анализируемый период. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (4):

$$К_{об..з.} = \frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Среднегодовая стоимость запасов}} = \text{кол. оборотов} \quad (4)$$

Коэффициент оборачиваемости денежных средств показывает срок оборота денежных средств. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (5):

$$К_{об.дс.} = \frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Среднегодовая стоимость денежных средств}} = \text{кол. оборотов} \quad (5)$$

Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах показывает, сколько раз за год обернулись средства, вложенные в расчеты. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (6):

$$К_{об.дз.} = \frac{\text{Выручка от реализации продукции}}{\text{Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности}} = \text{кол. оборотов} (6)$$

Срок погашения дебиторской задолженности представляет собой промежуток времени, в течении которого компания, продав свою продукцию, ожидает поступления денег. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (7):

$$Т_{К_{об.дз}} = \frac{360}{К_{об.дз}} = кол.\ дней \quad (7)$$

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставленного организации. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (8):

$$К_{об.кз.} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности}} = \text{кол. оборот.} \quad (8)$$

Срок погашения кредиторской задолженности показывает средний срок возврата долгов организации по текущим обязательствам. Данный коэффициент рассчитывается по формуле (9):

$$Т_{К_{об.кз}} = \frac{360}{К_{об.кз}} = кол.\ дней \quad (9)$$

Коэффициенты оборачиваемости используются для расчета операционного и финансового циклов.

Операционный цикл характеризует общее время, в течении которого предприятие осуществляет производственный процесс и процесс реализации работ, услуг, продукции. Рассматривается следующим образом (10):

$$Д_{оц} = О_{з} + О_{дз}, \quad (10)$$

где $Д_{оц}$ – длительность операционного цикла; $О_{з}$ – оборачиваемость запасов (в днях); $О_{дз}$ – оборачиваемость средств в расчетах (в днях).

Финансовый цикл характеризует в течении какого периода времени предприятие использует собственные источники для финансирования операционного цикла. Алгоритм расчета имеет вид (11):

$$Д_{фц} = О_{з} + О_{дз} - Д_{пкз}, \quad (11)$$

где $Д_{фц}$ – длительность финансового цикла. $О_{з}$ – оборачиваемость средств, омертвленных в производственных запасах; $О_{дз}$ – оборачиваемость средств, омертвленных в дебиторской задолженности; $Д_{пкз}$– период (длительность) погашения кредиторской задолженности.

Анализ показателей деловой активности (таблица 2) показал, что все коэффициент оборачиваемости имеют тенденцию к снижению, за исключением коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности.

В 2014г. коэффициент общей оборачиваемости имущества (капитала), относительно 2011г., уменьшился на 15,5% и составил 0,39 оборота. Следовательно, для полного одного оборота имущества организации потребуется 2,2 года. Таким образом, произошло замедление кругооборота имущества организации. Это говорит о том, что средства, вложенные в имущество данного предприятия стали возвращаться медленней, чем в предыдущем периоде, что негативно отражается на финансовой устойчивости предприятия. Причиной опережения темпов роста средств,

вложенных в имущество, над темпами роста выручки в 2 раза (42% и 21% соответственно).

Количество оборотов, совершенных оборотными средствами ПАО «Газпром», в 2014г.составляет 1,77, в динамике значение коэффициента уменьшилось на 22%. Снижение данного коэффициента – это следствие того, что организация накапливает лишние оборотные активы, так как в динамике они увеличились на 54%, а выручка от реализации продукции – на 21%.

На один рубль вложенного собственного капитала в 2014г. приходится 57 копеек выручки. По сравнению с 2011г. данный коэффициент уменьшился на 12% или на 8 копеек. Данная тенденция свидетельствует об увеличении доли собственного капитала за счет нераспределенной прибыли организации (на 38%), который в анализируемый период времени используется недостаточно эффективно.

Коэффициент оборачиваемости материальных запасов составляет в 2014 г. 9 оборотов, что меньше относительно 2011г. на 3,65 оборота (или на 29%). Сформировавшаяся тенденция свидетельствует об относительном увеличении производственных запасов и снижении спроса на готовую продукцию, так как сократились поставки нефти на экспорт.

Коэффициент оборачиваемости денежных средств уменьшился относительно 2011 г. на 3,23 оборота (или на 34%). Одним из факторов снижения оборачиваемости денежных средств является очень высокий темп прироста денежных средств относительно темпов прироста выручки от реализации продукции (82% и 21% соответственно). Снижения коэффициента оборачиваемости денежных средств влечет за собой увеличение периода оборачиваемости денежных средств. Этот негативный фактор свидетельствует о нерациональной организации работы предприятия, допускающего замедление использования высоколиквидных активов.

К концу анализируемого периода коэффициент оборачиваемости средств в расчетах увеличился на 2% до уровня 3,79 оборотов. Как правило, чем выше данный коэффициент, тем лучше, потому что предприятие скорее получает оплату по счетам.

Срок погашения дебиторской задолженности уменьшился относительно 2011 г. на 2% и составил 95 дней. Данную тенденцию можно считать положительной, так как из-за снижение длительности оборота средств в расчетах способствует высвобождению денежных средств.

Количество оборотов, совершаемых кредиторской задолженностью организации, составляет 4,56. Относительно 2011г. количество оборотов снизилось на 0,7 оборота (или на 13%). Это означает, что организация все чаще покупает в кредит.

Срок погашения кредиторской задолженности составляет 79 дней, что относительно срока погашения дебиторской задолженности меньше на 18 дней, т.е. организация получает денежные средства от дебиторов позже сроков расчета по текущим обязательствам, что негативно сказывается на

использовании имеющихся ресурсов.

В длительности операционного цикла наблюдается отрицательная тенденция, так как данный показатель увеличился за анализируемый период на 9 дней и оставил 135 дней. Данное увеличение приводит к снижению эффективности управления дебиторской задолженностью и запасами предприятия, ухудшению финансового состояния предприятия.

Длительность финансового цикла в 2011г. составила 58 дней. В 2014г. длительность финансового цикла уменьшилась на 2 дня и составила 56 дней. Уменьшение длительности финансового цикла означает уменьшение периода оборота собственных оборотных средств.

Проанализировав деловую активность деятельности ПАО «Газпром» за период 2011-2014гг. на основании данных бухгалтерской отчетности, можно сформировать следующие пути решения проблем:

1. Для ускорения оборачиваемости имущества необходимо сократить продолжительность производственного цикла за счет повышения уровня производительности труда, более полного использования производственных мощностей организации, что обеспечит экономию материально-производственных запасов.

2. Усовершенствовать организацию материально-технического снабжения, так как это обеспечит производство необходимыми материальными ресурсами и сократит время нахождения капитала в запасах.

3. Необходимо сократить время нахождения средств в дебиторской задолженности.

Использованные источники:

1. Богомолова Л. Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие для студентов экономических специальностей / Богомолова Л. Л. - Тюмень: ООО «Альфа-Принт 72»,2014 - 254с.
2. Хромцова, Л. С. Учет и анализ: учебное пособие. Часть II / Л. С. Хромцова - Ханты-Мансийск: ООО «Печатный мир г. Ханты-Мансийск», 2013. - 101с.
3. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 368 с.
4. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2010. – 534 с.
5. Официальный сайт ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazprom.ru/

Русаков Г. В.
студент 4 курса
факультет «Менеджмент»
Хромцова Л.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент, заведующая кафедрой «Менеджмент»
Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НЕФТЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ

Статья посвящена анализу эффективности деятельности нефтедобывающих компаний, а именно анализу рентабельности. В ходе работы будет определена роль финансовой отчетности в анализе рентабельности организации, рассмотрены основные показатели, характеризующие рентабельность на примере конкретных организаций. Полученные данные о показателях рентабельности будут сравниваться для определения наиболее эффективно функционирующей организации.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, анализ, рентабельность, прибыльность.

Article is devoted to the analysis of efficiency of activity of the oil-extracting companies, namely the analysis of profitability. During work the role of financial statements in the analysis of profitability of the organization will be defined, the main indicators characterizing profitability on the example of the concrete organizations are considered. The obtained data on indicators of profitability will be compared for definition of the most effectively functioning organization.

Keywords: accounting reports, analysis, profitability, profitability.

Бухгалтерская отчетность, в которой сосредоточена система обобщенных показателей, отражает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также является основой для проведения анализа эффективности деятельности предприятия. Важнейшее место в системе показателей эффективности деятельности предприятия принадлежит рентабельности.

Рентабельность характеризует прибыльность деятельности организации, а также эффективность использования ее ресурсов. Она позволяет соизмерить величину прибыли с масштабами производственной деятельности, а также с общей суммой затраченных ресурсов. Показатели рентабельности могут быть представлены в форме коэффициентов или иметь единицу измерения в %.

Проведем сравнительный анализ рентабельности нефтедобывающих компаний. В качестве объекта исследования нами было выбрано три крупнейших, успешно функционирующих нефтедобывающих компаний, таких как ПАО «Газпром», ПАО «Роснефть», ПАО «Сургутнефтегаз».

ПАО «Газпром» — глобальная энергетическая компания. Основные направления деятельности — геологоразведка, добыча, транспортировка,

хранение, переработка и реализация газа, газового конденсата и нефти, реализация газа в качестве моторного топлива, а также производство и сбыт тепло- и электроэнергии [3].

ПАО «Роснефть» на сегодняшний день крупнейшая публичная нефтегазовая корпорация мира. Основными видами деятельности ПАО «Роснефть» являются поиск и разведка месторождений углеводородов, добыча нефти, газа, газового конденсата, реализация проектов по освоению морских месторождений, переработка добытого сырья, реализация нефти, газа и продуктов их переработки на территории России и за ее пределами [4].

Нефтегазодобывающая компания ПАО «Сургутнефтегаз» — одно из крупнейших предприятий нефтяной отрасли России. На протяжении многих лет предприятие является лидером отрасли по разведочному, эксплуатационному бурению и вводу в эксплуатацию новых добывающих скважин. На предприятии создан первый в России полный цикл производства, переработки газа, выработки на его основе собственной электроэнергии, получения готового продукта [5].

Исходные данные для расчета показателей рентабельности представлены в таблице 1. Показатели рентабельности нефтедобывающих компаний рассчитаны и представлены в таблице 2.

Таблица 1 — Исходные данные для расчета показателей рентабельности за 2012-2014 гг., млрд. руб. [3, 4, 5]

Показатель	Организация								
	ПАО «Газпром»			**ПАО «Роснефть»**			**ПАО «Сургутнефтегаз»**		
	2012г.	**2013г.**	**2014г.**	**2012г.**	**2013г.**	**2014г.**	**2012г.**	**2013г.**	**2014г.**
Выручка от реализации продукции	4766	5250	5590	3089	4694	5503	816	814	863
Себестоимость продукции	3422	3601	3944	2677	4139	4910	537	547	621
Прибыль от продаж	1351	1587	1310	412	555	593	215	200	177
Чистая прибыль	125	1166	157	365	551	350	161	257	892
Среднегодовая стоимость активов	11429	12697	14307	3717	5755	8134	1725	1951	2561
Среднегодовая стоимость собственного капитала	8120	9057	9877	2213	2744	3025	1618	1826	2391

Таблица 2 — Показатели рентабельности нефтедобывающих компаний за 2012-2014 гг., %.

Показатель	Организация		
	ПАО «Газпром»	**ПАО «Роснефть»**	**ПАО**

							«Сургутнефтегаз»		
	2012	**2013**	**2014**	**2012**	**2013**	**2014**	**2012**	**2013**	**2014**
Рентабельность затрат	39,5	44,1	33,2	15,4	13,4	12,1	40,1	36,5	28,5
Рентабельность продаж	28,3	30,2	23,4	13,3	11,8	10,8	26,4	24,5	20,5
Рентабельность активов	11	9,2	1,1	9,8	9,6	4,3	9,3	13,1	34,8
Рентабельность собственного капитала	15,4	12,9	1,6	16,5	14,1	11,6	9,9	14,0	37,3
Чистая рентабельность	26,3	22,2	2,8	11,8	11,7	6,4	19,7	31,5	103,4

Рентабельность затрат рассчитывается путем соотношения величины прибыли от продаж с суммой расходов, которые эту прибыль организации принесли. Рентабельность затрат показывает, какова эффективность затрат, осуществленных на производство нефти: сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию нефти. Наибольший показатель рентабельности затрат, на протяжении всего анализируемого, периода наблюдается у ПАО «Газпром» (в среднем 38,9%). Это означает, что данная организация получает 38,9 копеек с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию нефти. У ПАО «Сургутнефтегаз» средний показатель рентабельности затрат составил 35%. У ПАО «Роснефть» средний показатель рентабельности затрат составил 13,6%. Стоит также отметить, что у ПАО «Сургутнефтегаз» и ПАО «Роснефть» показатель рентабельности за анализируемый период уменьшился на 3,3% и 11,6% соответственно, а у ПАО «Газпром» в 2013 году наблюдается увеличение данного показателя (прирост составил 4,6%), но к концу анализируемого периода показатель рентабельности затрат составил ниже значение 2012 года. Причиной формирования отрицательной тенденции является значительное превышение темпов роста себестоимости продукции над темпами роста прибыли от продаж. Данная динамика представлена на рисунке 1.

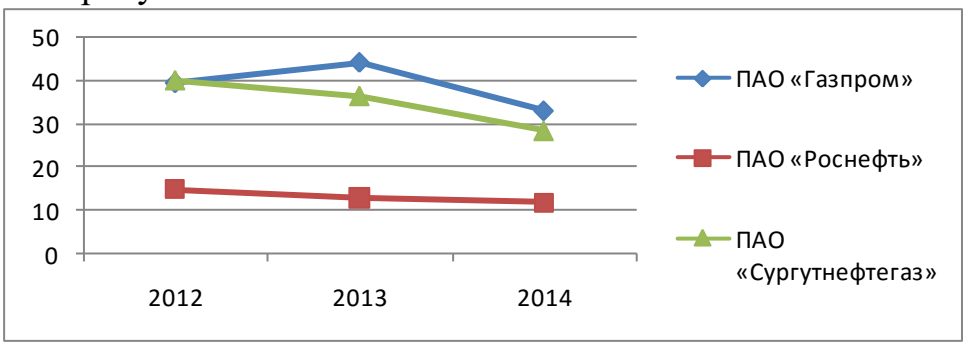


Рисунок 1 - Динамика рентабельности продукции нефтедобывающих компаний за 2012-2014 гг., %.

Рентабельность продаж - показатель финансовой результативности деятельности организации, показывающий какую часть выручки

организации составляет прибыль. Характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности: сколько прибыли имеет организация с каждого рубля продаж. Наибольший показатель рентабельности продаж, на протяжении всего анализируемого периода, наблюдается у ПАО «Газпром» (в среднем 27,3%). Это означает, что данная организация больше остальных получает прибыли с каждого рубля продаж, а именно 27,3 копеек. У ПАО «Сургутнефтегаз» средний показатель рентабельности продаж составляет 23,8%, а у ПАО «Роснефть» - 12%. Стоит также отметить, что наблюдается аналогичная тенденция уменьшения показателя рентабельности продаж как и рентабельности затрат на 4,9%, 2,6% и 5,9% соответственно, так как темп роста выручки в значительной степени превышает темпы роста прибыли от продаж. Данная динамика изображена на рисунке 2.

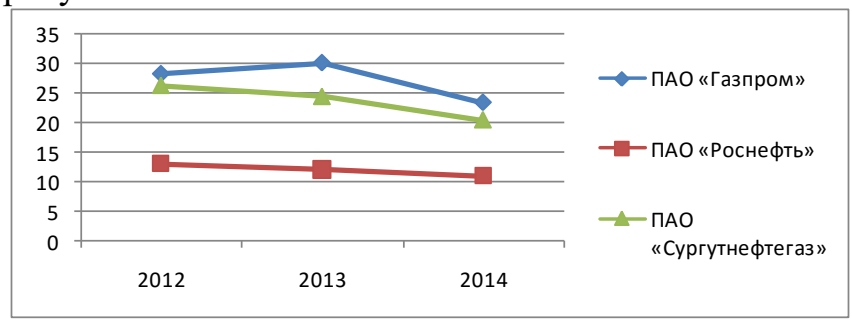


Рисунок 2 - Динамика рентабельности продаж нефтедобывающих компаний за 2012-2014 гг., %.

Рентабельность активов - финансовый коэффициент, характеризующий отдачу от использования всех активов организации. Коэффициент показывает способность организации генерировать прибыль без учета структуры его капитала. Наибольший показатель рентабельности активов, за весь анализируемый период, наблюдается у ПАО «Сургутнефтегаз» (в среднем 19,1%). У ПАО «Роснефть» средний показатель рентабельности активов составляет 7,9%, а у ПАО «Газпром» - 7,1%. Стоит отметить, что данный показатель у компаний ПАО «Газпром» и ПАО «Роснефть» из-за высоких темпов роста имущества организации и незначительного темпа роста чистой прибыли уменьшился к концу анализируемого периода на 9,9% и 5,5% соответственно, а у компании ПАО «Сургутнефтегаз», у которой к концу анализируемого периода чистая прибыль увеличилась в 5,5 раза, показатель рентабельности активов увеличился на 25,5%. Данная динамика изображена на рисунке 3.

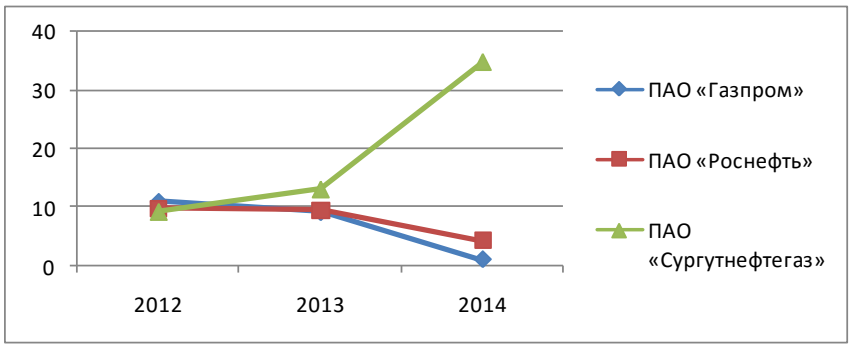


Рисунок 3 - Динамика рентабельности активов нефтедобывающих компаний за 2012-2014 гг., %.

Рентабельность собственного капитала - показатель чистой прибыли в сравнении с собственным капиталом организации. Наибольший показатель рентабельности собственного капитала, на протяжении всего анализируемого периода, наблюдается у ПАО «Сургутнефтегаз» (в среднем 20,4%). Средний показатель рентабельности собственного капитала у ПАО «Роснефть» составляет 14,1%, у ПАО «Газпром» - 10%. Стоит отметить, что на протяжении всего анализируемого периода наблюдается аналогичная тенденция уменьшения показателя рентабельности собственного капитала у ПАО «Газпром» и ПАО «Роснефть» (на 23,5% и 5,5% соответственно), а у ПАО «Сургутнефтегаз» наблюдается увеличение данного показателя на 27,4%. Данная динамика представлена на рисунке 4.

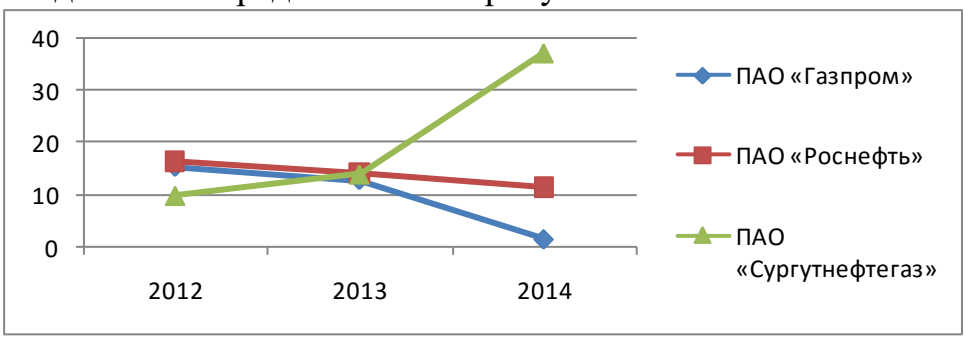


Рисунок 4 - Динамика рентабельности собственного капитала нефтедобывающих компаний за 2012-2014 гг., %.

Чистая рентабельность показывает, сколько чистой прибыли формируется на единицу выручки. Наибольший показатель чистой рентабельности, на протяжении всего анализируемого периода, наблюдается у ПАО «Сургутнефтегаз» (в среднем 51,5%). Средний показатель чистой рентабельности у ПАО «Роснефть» и ПАО «Газпром» - 10% и 17,1% соответственно. Следует отметить, что на протяжении всего анализируемого периода наблюдается высокий темп уменьшение показателя чистой рентабельности у ПАО «Газпром» и у ПАО «Роснефть» (на 23,5% и 5,5% соответственно), а у ПАО «Сургутнефтегаз» наблюдается увеличение данного показателя на 83,6%. Резкий скачок показателя чистой рентабельности у ПАО «Сургутнефтегаз» объясняется тем, что к концу анализируемого периода выручка от продаж данной организации увеличилась всего на 6%, в то время как чистая прибыль, за счет сальдо

прочих доходов и прочих расходов, увеличилась в 5,5 раза. Данная динамика представлена на рисунке 5.

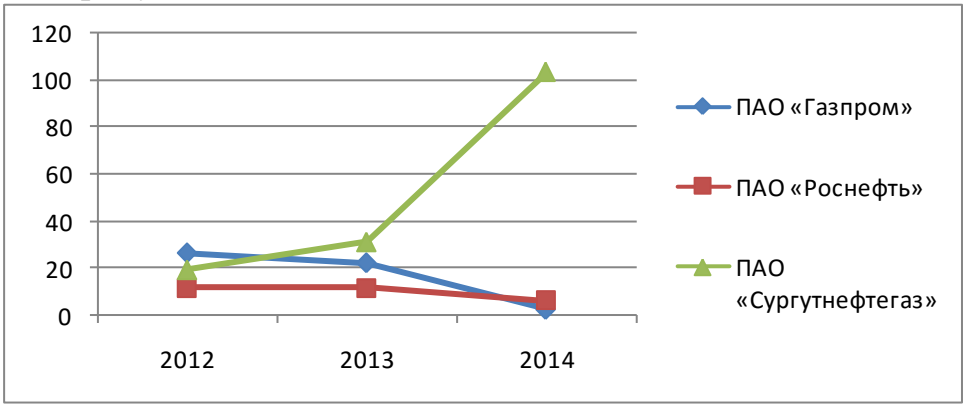


Рисунок 5 - Динамика изменения чистой рентабельности нефтедобывающих компаний за 2012-2014 гг., %.

Таким образом, проведя сравнительный анализ показателей рентабельности нефтедобывающих компаний, можно сделать вывод о том, что наиболее прибыльная деятельность принадлежит ПАО «Сургутнефтегаз». Об этом свидетельствует высокие показатели рентабельности имущества организации и чистой рентабельности. Наименее прибыльной деятельностью характеризуется ПАО «Роснефть».

Использованные источники:

1. Богомолова Л. Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие для студентов экономических специальностей / Богомолова Л. Л. - Тюмень: ООО «Альфа-Принт 72»,2014 - 254с.
2. Хромцова, Л. С. Учет и анализ: учебное пособие. Часть II / Л. С. Хромцова - Ханты-Мансийск: ООО «Печатный мир г. Ханты-Мансийск», 2013. - 101с.
3. Официальный сайт ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazprom.ru/
4. Официальный сайт ПАО «Роснефть» [Электронный ресурс]. URL: http://www.rosneft.ru/
5. Официальный сайт ПАО «Сургутнефтегаз» [Электронный ресурс]. URL: http://www.surgutneftegas.ru/

Русаков Г. В.
студент 4 курса
факультет «Менеджмент»
Хромцова Л.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент, зав. кафедрой «Менеджмент»
Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск

ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Статья посвящена эффективности использования Интернет-технологий организациями социально-культурной сферы, а именно

Интернет-маркетинга. В ходе работы было проведено анкетирование потребителей услуг данных организаций и проведен сравнительный анализ эффективности использования Интернет-маркетинга.

Ключевые слова: конкуренция, Интернет, Интернет-маркетинг, информация, сайт.

Article is devoted to efficiency of use of Internet technologies by the organizations of the welfare sphere, namely Internet marketing. During work questioning of consumers of services of data of the organizations was carried out and the comparative analysis of efficiency of use of Internet marketing is carried out.

Keywords: competition, Internet, Internet marketing, information, site.

На сегодняшний день конкуренция затрагивает все сферы деятельности, в том числе и сферу предоставления услуг в области культуры. Также немало важным является то, что из-за дефицита бюджета Российской Федерации сокращается финансирование культурной сферы. Рациональным решением имеющихся проблем является внедрение новых технологий в систему управления организацией. Такой технологией может послужить маркетинговый подход, а именно Интернет-маркетинг.

В наше время Интернет-маркетинг широко распространен. Он дает возможность потребителю получить полную информацию о имеющихся товарах и услугах. Все потенциальные потребители, имеющие доступ к сети Интернет, с легкостью могут воспользоваться предоставленной информацией об имеющихся товарах и услугах, а также купить их. Но необходимо помнить, что если такая информация не будет открытой и доступной или же вовсе отсутствует, то, скорее всего, потребитель приобретет товары и услуги у организации-конкурента.

К Интернет-маркетингу относят создание сайтов, а также любые способы его продвижения. Сайт служит инструментом укрепления имиджа, распространения сведений, а также для решения других различных задач.

В данной работе мы проведем сравнительную оценку качества и полноты предоставляемой информации об услугах, а также общих сведениях культурно-досуговых организаций, имеющихся на их официальных сайтах, тем самым оценим эффективность применения Инетрнет-маркетинга.

Для получения оценки нами было проведено анкетирование, в котором приняло участие 60 человек. Респонденты оценивали качество и полноту предоставления информации на официальных сайтах таких бюджетных учреждений Ханты-Мансийского автономного округа - Югра, как: «Театр обско-угорских народов - Солнце», «Театр кукол», «Центр искусств для одаренных детей Севера». Анкета состоит из 7 показателей, разделенных на 4 части. Каждому показателю соответствует свой интервал оценки [1].

В первой части анкеты - «Открытость и доступность информации об учреждении», респонденты оценивали следующие показатели:

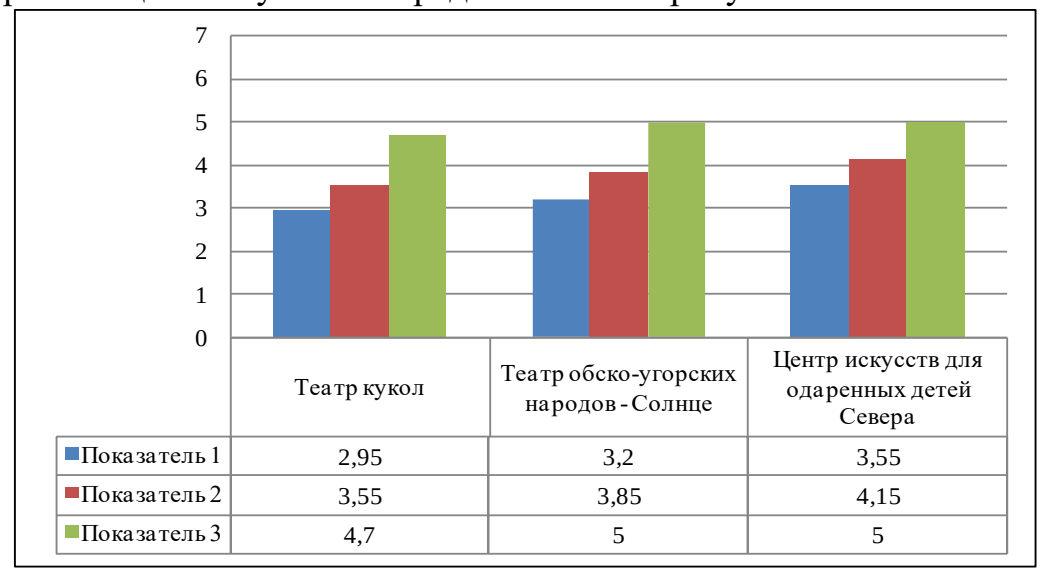
«Показатель 1» - полное и сокращенное наименование учреждения,

место нахождения и т.д.

«Показатель 2» - требования к оказываемым услугам, материально-техническое обеспечение учреждения.

«Показатель 3» - информация о выполнении государственного задания, отчет о результатах деятельности учреждения.

Проанализировав полученные оценки, был выведен средний балл по каждой организации. Результаты представлены на рисунке 1.



	Театр кукол	Театр обско-угорских народов - Солнце	Центр искусств для одаренных детей Севера
Показатель 1	2,95	3,2	3,55
Показатель 2	3,55	3,85	4,15
Показатель 3	4,7	5	5

Рис. 1 - Сравнительная диаграмма среднего балла оценки «Открытости и доступности информации об учреждениях»

Рассматривая диаграмму, приведенную выше, можно отметить, что «Показатель 1» имеет наибольшую оценку у бюджетного учреждения «Центр искусств для одаренных детей Севера». То есть, по мнению респондентов, официальный сайт данного учреждения содержит информацию о наименовании учреждения, месте нахождения и т.д. лучше, чем сайты других учреждений. Наименьшую оценку респонденты решили поставить бюджетному учреждению «Театр кукол».

Стоит отметить, что «Показатель 2» также имеет наибольшую оценку у бюджетного учреждения «Центр искусств для одаренных детей Севера», а наименьшую - «Театр кукол».

Исходя из диаграммы выше, видно, что «Театр обско-угорских народов - Солнце» и «Центр искусств для одаренных детей Севера», по мнению респондентов, в равной степени оснащены информацией о выполнении государственного задания, результатах деятельности учреждения («Показатель 3»).

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что наиболее открытой и доступной информацией об учреждении на официальном сайте обладает «Центр искусств для одаренных детей Севера», поскольку суммарная оценка составляет 12,7 баллов. На официальном сайте «Театр кукол», по мнению респондентов, информация об учреждении недостаточно доступная и открытая, его суммарная оценка самая низкая и составляет 11,2 балла.

Во второй части анкеты - «Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения», респонденты оценивали следующие показатели:

«Показатель 4» - перечень услуг, предоставляемых учреждением, ограничения по ассортименту, услуги, предоставляемые на платной основе, стоимость услуг и т.д.

«Показатель 5» - сохранение возможности навигации по сайту при отключении графических элементов оформления сайта, карта сайта и т.д.

Проанализировав полученные оценки, был выведен средний балл по каждому учреждению. Результаты представлены на рисунке 2.

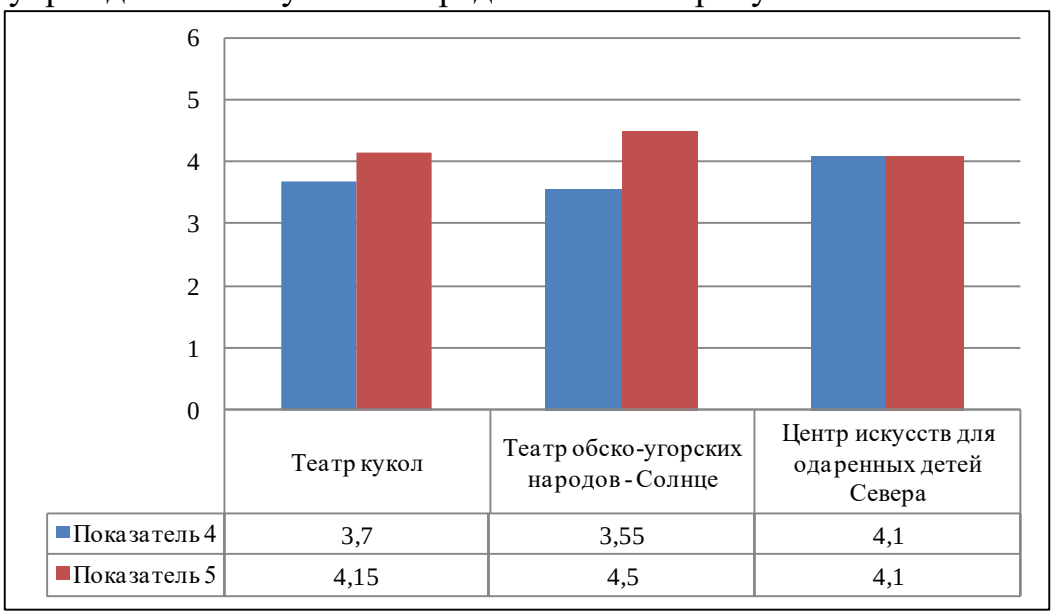


Рис. 2 - Сравнительная диаграмма среднего балла оценки «Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения»

Рассматривая диаграмму, приведенную выше, можно отметить, что «Показатель 4» имеет наибольшую оценку у бюджетного учреждения «Центр искусств для одаренных детей Севера», а наименьшую оценку - «Театр обско-угорских народов - Солнце». То есть «Центр искусств для одаренных детей Севера» более подробно разместил информацию на своем сайте об имеющихся услугах, предоставляемых льготах и т.д.

Стоит отметить, что с «Показателем 5» обратная ситуация. Наибольшую оценку имеет бюджетное учреждения «Театр обско-угорских народов - Солнце», а наименьшую - «Центр искусств для одаренных детей Севера ». То есть «Театр обско-угорских народов - Солнце» лучше всего позаботился о возможности сохранения навигации по сайту при отключении графических элементов оформления сайта, карты сайта и т.д.

Таким образом, наиболее комфортными условиями предоставления услуг и доступностью их получения, по мнению респондентов, обладает «Центр искусств для одаренных детей Севера», поскольку суммарная оценка составляет 8,2 балла. Наименьшей суммарной оценкой обладает «Театр кукол» - 7,85 баллов.

В третьей части анкеты - «Время ожидания предоставления услуг»,

опрашиваемые оценивали возможность бронирования билетов онлайн, электронную очередь («Показатель 6»).

Проанализировав полученные оценки, был выведен средний балл по каждому учреждению. Результаты представлены на рисунке 3.

Анализируя диаграмму ниже, видно, что на сайте «Театра кукол» в наиболее простой и доступной форме представлена возможность бронирования билетов, поскольку средняя оценка респондентов составила 3,05. Наименьшую оценку респонденты поставили «Центру искусств для одаренных детей Севера» (2,9 балла).

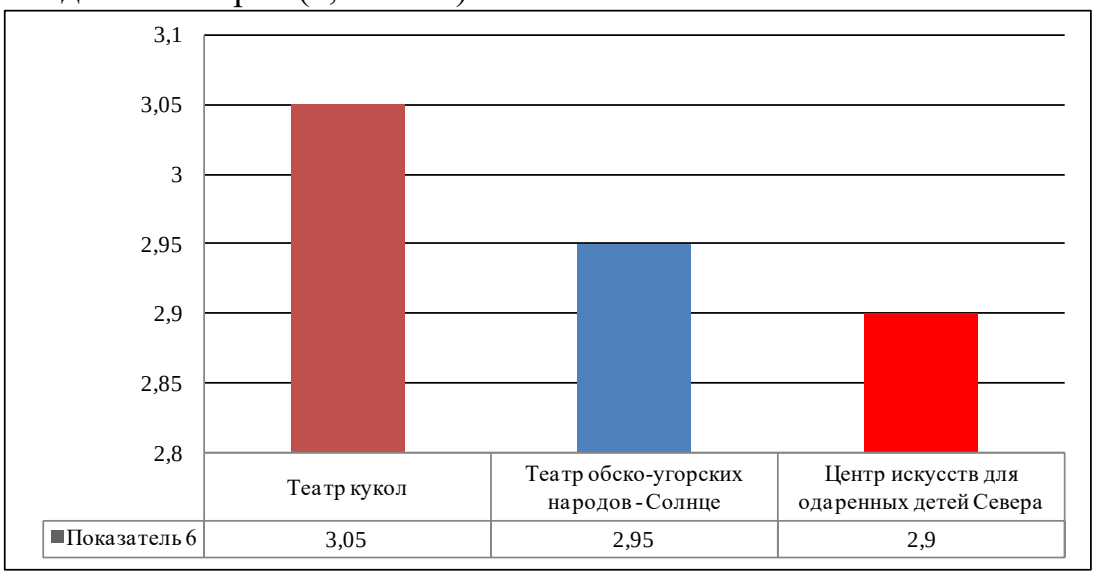


Рис. 3 - Сравнительная диаграмма среднего балла оценки «Время ожидания предоставления услуги»

В четвертой части анкеты - «Качество обратной связи», опрашиваемые оценивали доступность информации о фамилиях должностях руководящего состава учреждения, его структурных подразделениях и филиалах, контактные телефоны и т.д. («Показатель 7»).

Проанализировав полученные оценки, был выведен средний балл по каждому учреждению. Результаты представлены на рисунке 4.

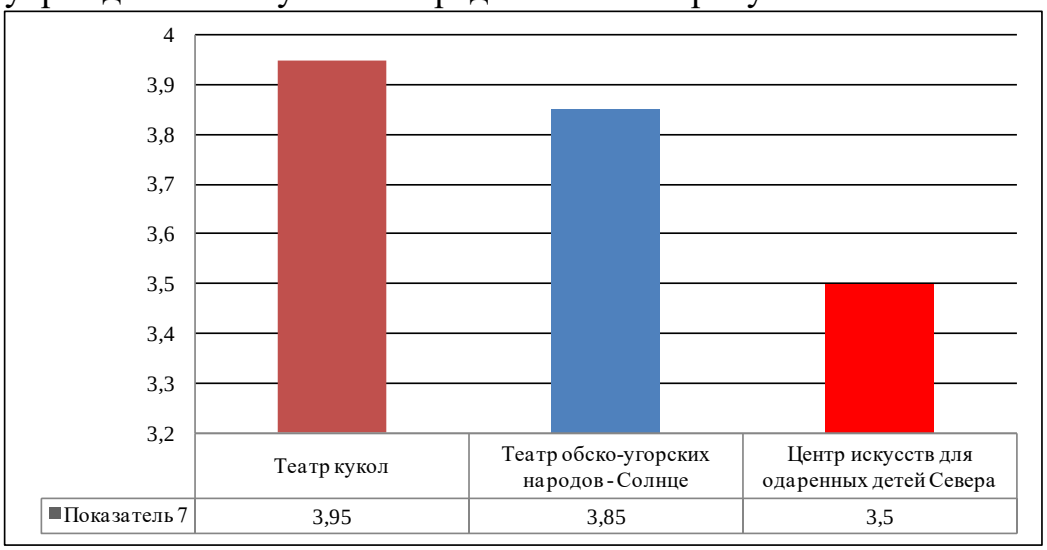


Рис. 4 - Сравнительная диаграмма среднего балла оценки «Качества

обратной связи»

Анализируя рисунок 4, можно сказать, что на сайте «Театра кукол» наиболее эффективно налажена система обратной связи, поскольку средняя оценка респондентов составила 3,95. Наименьшим баллом респондентами был оценен «Центр искусств для одаренных детей Севера» (3,5 балла).

Проанализировав промежуточные результаты, обобщим их и представим в рисунке 5.

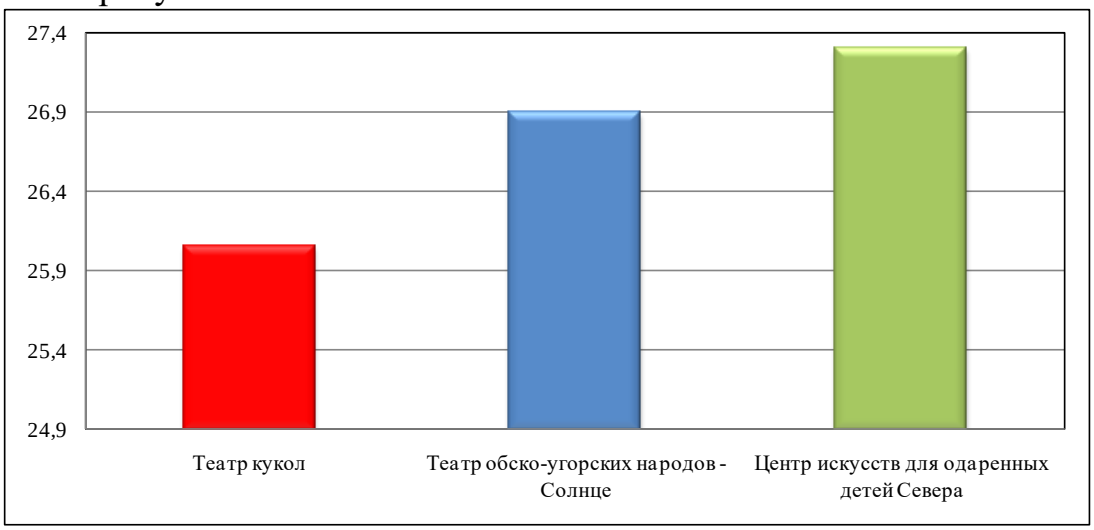


Рис. 5 - Суммарная оценка удовлетворенности качеством полученной информации, размещенной на официальных сайтах

Наибольшая оценка принадлежит бюджетному учреждению «Центру искусств для одаренных детей Севера». Его суммарная оценка составляет 27,3балла. За ним следует «Театр обско-угорских народов - Солнце», его суммарная оценка составила 26,9 баллов. И на последней позиции находится «Театр кукол» с суммарной оценкой в 26,05 баллов.

Таким образом, принимая во внимание полученные результаты, более развитый и эффективно построенный Интернет-маркетинг принадлежит «Центру искусств для одаренных детей Севера». Однако, стоит также отметить, что «Театр кукол» и «Театр обско-угорских народов - Солнце» не так сильно отстают от лидера, 1,25 и 0,4 балла соответственно, а по некоторым показателям находятся на первых позициях. Следовательно, чтобы оказаться на первой позиции данным учреждениям необходимо обратить внимание на более полное предоставление общих сведений об организации, а также информации о перечне услуг, предоставляемых учреждением.

Использованные источники:

1. Приказ Минкультуры России №288 от 25 февраля 2015 г. «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры» // Зарегистрировано в Минюсте России 20.03.2015 N 36494

Рябов В.М., д-р экон. наук
профессор
Рябова Е.В., к.э.н.
доцент
ГБПОУ «Тольяттинский химико-технологический техникум»
Россия, г.о. Тольятти

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АУДИТА В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Совершенствование антикризисного управления - актуальная проблема, без решения которой невозможно повышение эффективности производства, преодоление состояния неплатежеспособности. Аудит как основной инструмент повышения качества информации, представленной в отчетности, в международном и национальном масштабах столкнулся с рядом проблем, среди которых: низкий уровень качества аудиторских услуг, отсутствие научно обоснованных и реализуемых на практике методик, недоработанность федеральных стандартов аудита. Совершенствование теории и практики аудита приобретает особую значимость в условиях многочисленных прекращений деятельности организаций по различным причинам, в том числе банкротства. Значение аудиторской деятельности как инструмента защиты интересов пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности состоит, в частности, в оценке перспектив функционирования аудируемой организации и своевременном информировании аудитором заинтересованных лиц в рамках своей компетенции, определенной российским законодательством.[3]

Аудит в сфере промышленности – это деятельность, требующая особого подхода, специальных знаний и понимания особенностей отрасли. Предприятия сферы промышленности обладают сложной системой бизнес-процессов, а кроме того, зачастую они не в состоянии оперативно реагировать на изменения рынков. До недавнего времени отрасль являлась одной из наиболее проблемных в структуре российской экономики, продолжает испытывать определенные трудности она и в современных условиях. Вместе с тем, успешные предприятия сферы промышленности вносят весомый вклад в российскую экономику, участвуя в программах импорта замещения, создавая новые рабочие места и развивая производственную инфраструктуру в регионах.[4]

Основные проблемы, с которыми сталкиваются на сегодняшний день предприятия сферы промышленности:

- износ основных средств и необходимость в проведении модернизации;
- отсутствие конкурентоспособных энерго- и ресурсосберегающих технологий;
- нехватка собственных оборотных средств;
- жесткая конкуренция с дешевым импортом из стран Азии, сложность выхода на внешние рынки;
- высокая доля «теневого» бизнеса, использующего в качестве дешевой

рабочей силы нелегальных иммигрантов и уклоняющегося от уплаты налогов.[1]

Особо следует отметить специфику проведения аудита в данной отрасли. Прежде всего, следует выделить несколько особенностей сферы промышленности, значительно влияющих на процесс разработки методики и проведения аудита.

Таблица 1

Влияние особенностей предприятий промышленного комплекса на методику аудита

Особенность отрасли	Влияние на методику аудита
Специфическая отраслевая нормативно-правовая база, включающая нормативно-правовые акты, существенно влияющая на деятельность аудируемого лица	Наличие специфической и характерной только для этой отрасли базы, оказывает влияние на учетные процессы, включая использование тарифов, льгот, субсидий, все это находит отражение в бухгалтерском учете.
Государственная политика оказывает большое влияние на деятельность аудируемого лица т.к. хозяйственные операции контролируются Федеральной антимонопольной службой (ФАС)	Проверка правильности оценки сумм дебиторской и кредиторской задолженности в соответствие с установленными тарифами
Особенности состава участников рынка	Особенности организации приводят к созданию специфических только для данной отрасли рынков с характерными для них системами расчетов
Работа с крупными клиентами на уровне страны в целом и на международном уровне	Возникает необходимость проведения экономико-правовой экспертизы договоров.
Система долгосрочных контрактов	Необходимость проверки не только за один год, а в пределах выполнения контракта на предмет соблюдения платежной дисциплины.

В целом регулирование аудиторской деятельности целесообразно осуществлять не на базе административного механизма, а преимущественно на базе экономического. Помимо представленных в таблице, характерных для промышленной отрасли особенностей деятельности следует уделить особое внимание нормативно-правовой базе, регулирующей отношения в сфере промышленности.

Использованные источники:

1. Голосов О.В. Экономическое стимулирование системной обработки информации. - М.: Финансы и статистика, 2008. — 200 с.
2. Лабынцев Н.Т. Шведский опыт организации аудиторской деятельности //

Аудитор. — 2002.- N4.-С. 59-61.
3. Соколов Я.В., Терентьева Т.О. Профессиональное суждение бухгалтера: итоги минувшего века // Бухгалтерский учет. 2001. - № 12. - С. 53-57.
4. Шохин С.О. Институт независимых аудиторов и государственный финансовый контроль: перспективы взаимодействия // Аудиторские ведомости. 2002. - N 7. - С. 21-25.

Салахутдинова Э.Р.
ассистент
кафедра «Бухгалтерского учета, статистики и информационных систем в экономике»
Башкирский ГАУ
Гайсина Э.Ф.
студент 4 курса
факультет «Экономический»
Россия, г. Уфа

АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ООО МТС «ДЮРТЮЛИНСКАЯ»

Статья посвящена **автоматизация бухгалтерского учета на предприятии**. Использование в работе бухгалтерской программы дает широкие возможности для исключения арифметических ошибок, автоматического отражения любых документов и хозяйственных операций в бухгалтерском учете посредством бухгалтерских проводок. На компьютере легко формируются все первичные и отчетные документы.

Ключевые слова: автоматизация, бухгалтерский учет, программа, управление, ведение, учет.

The article is devoted to the automation of accounting at the company. Using the accounting program provides opportunities to eliminate arithmetic errors automatically reflect any documents and business transactions in accounting through accounting entries. On your computer, easily formed and all of the primary accounting documents.

Keywords: automation, accounting, software, management, maintenance, accounting.

Автоматизация бухгалтерского учета на предприятии — это залог его успешного управления. Автоматизацию управленческих процессов целесообразнее всего начинать именно с автоматизации бухучета. И вот почему. Во-первых, все задачи, относящиеся к бухгалтерии имеют четкую структуру и простой алгоритм решения, который обычно связан с выполнением различных арифметических операций. Во-вторых, бухгалтерский учет занимается сбором и регистрацией информации о всех хозяйственных операциях, которые могут быть необходимы различным структурам управления в организации. В третьих, в последнее время отмечается, что автоматизация бухгалтерского учета на предприятии — задача несложная. А способствует усилению этой тенденции тот факт, что

различные внешние пользователи бухгалтерской информации (налоговая, разные фонды) требуют предоставлять ее в электронном виде на носителях. Которые могут прочитать машины.

Первоочередные задачи руководителя предприятия - это занять лидирующее положение на рынке, повысить эффективность работы персонала, создать оптимальную структуру управления. В бухгалтерской и банковской деятельности это особенно важно, что обуславливает широкое применение бухгалтерских пакетов и программ, благодаря внедрению которых повышается оперативность обработки данных и достоверность деловой информации, принимаются более объективные финансовые решения.

Бухгалтерский учете на предприятий ООО МТС «Дюртюлинская» не автоматизирован, что является недостатком. При значительных объемах учетной информации обеспечить полноту, достоверность, своевременность и объективность информации можно лишь используя преимущества новых информационных технологий. Конечно же компьютерная программа не заменит грамотного бухгалтера, но позволит сэкономить его время и силы за счет автоматизации рутинных операций, найти арифметические ошибки в учете и отчетности, оценить текущее финансовое положение предприятия и его перспективы.

Существует множество программных пакетов для автоматизации бухгалтерского учета на предприятий, но *среди лидеров программного обеспечения стоит отметить 1С: Предприятие. На базу платформы 1С устанавливается конфигурация «Бухгалтерский учет», которая в разы упрощает работу специалистов.*

Автоматизация бухгалтерского учета с применением 1С: предприятие, сегодня является наиболее результативной платформой для удобного, простого и эффективного ведения отчетности, как бухгалтерской, так и налоговой.

Именно поэтому руководство множества разнообразных предприятий принимает решения об ее внедрения в свои организации. Продукты 1С позволяют решать самые разнообразные задачи от простых операций, до сложных действий, с помощью которых происходит автоматизация бух. учета. 1С предлагает комплексные решения дающие возможность автоматизировать главные задачи, которые ставятся перед бухгалтерией. Автоматизация бухгалтерского учета 1С использует разнообразные конфигурации платформы для упрощения, повышения эффективности и качества деятельности специалистов данного отдела, помогая им выполнять основные обязанности (ведение учета, бухгалтерского и налогового, формирование финансовой отчетности организации для руководства и т.д.)

Она дает возможность производить:

- ведение деятельности сразу нескольких фирм;
- типовые операции и учет, производимый от документа;

- ведение и учет комиссионных сделок;
- учет производственно-материальных запасов;
- учет кассовых и всевозможных банковских операций;
- учет полуфабрикатов;
- учет различных расчетов с контрагентами;
- учет средств, как основных, так и малоценных и нематериальных активов;
- учет вспомогательного и основного производства;
- поддержку разнообразных вариантов налогообложения;
- отчеты бухгалтерские стандартные;
- учет НДС;
- учет налога на прибыль;
- учет, персонифицированный и кадровый, а также зарплаты;
- ежемесячные завершающие операции;
- регламентированную отчетность.

Автоматизация бухгалтерского учета 1С дает возможность руководителю получить четкие и подробные ответы на вопросы о финансовой и бухгалтерской работе собственного предприятия. Он сможет узнать:

- кто является наиболее крупным должником его организации;
- какие предприятия и сколько средств должны перечислить на счета его структуры;
- какими свободными финансами располагает компания;
- сможет ли его предприятие своевременно рассчитаться с контрагентами и провести платежи в налоговые органы;
- какова существующая динамика продаж;

Все это позволяет обладать реальной картиной о положении дел в данной структуре и принимать правильные и нужные в настоящий момент решения. Бухгалтеру организации автоматизация бухгалтерского учета 1С позволяет с легкостью выполнять необходимые банковские и кассовые операции (в том числе и валютные), производить учет услуг/товаров, нематериальных средств и основных активов, осуществлять расчеты с бюджетом, иными организациями и подотчетными лицами, начисления по зарплатам.

По какой схеме проводится автоматизация бухгалтерского учета 1С?

1. Определение целей. Для начала надо полностью обозначить цели и приоритеты для подбора базовой системы, которая будет основой для бух. учета организации. В зависимости от них выбираются нужные конфигурации и опции ПО, необходимые на данном предприятии и подходящие ему по специфике деятельности.
2. Разработка сценария и плана-графика (детального) нужных работ по внедрению подходящей системы. Для подбора сценария

нужно осуществить обследование (предпроектное): опросить сотрудников, которые будут операторами данной программы, проанализировать производственные процессы и особенности продаж и т.п.

3. Обучение пользователей. Чтобы система эффективно выполняла все нужные задачи, надо научить операторов грамотно пользоваться ею, учитывать возможные нюансы и вовремя реагировать на возникновение каких-либо неполадок. Они должны полностью освоить управление программой и уметь выполнять все требуемые производственные операции.

4. Внедрение программы (ее нужного продукта). На данном этапе происходит доработка конфигурации (типовой), разработка тех. документации в полном соответствии со спецификой организации.

5. Переход к работе на созданной системе. Осуществляется опытное тестирование, а затем эксплуатация 1С, в которой новые операторы закрепляют собственные навыки работы, полученные на учебном процессе. Только после этого начинается полноценное функционирование системы.

Что происходит после установки и внедрения программы на предприятие? В итоге организация получает автоматизированные полностью ключевые бухгалтерские производственные процессы. После того как внедрение программы произведено, уменьшается число рутинных операций, увеличивается рабочая производительность у сотрудников, а сама компания становится более конкурентоспособна и повышает собственную стоимость на рынке.

Отметим – автоматизация бухгалтерского учета 1С – это отличный способ создания информационной комплексной системы в организации. Множество вариантов данной программы опробованы в разных условиях, у компаний, принадлежащих к разнообразным сферам деятельности, и получили самые позитивные отклики бухгалтеров.

Программа «1С:Бухгалтерия» предназначен для учета наличия и движения средств предприятия. Он может использоваться как автономно, так и совместно с другими компонентами системы «1С:Предприятие». Данная программа позволяет автоматизировать выполнение практически полного состава задач бухгалтерского учета. Гибкость и настраиваемость проявляется в том, что это готовое решение, позволяющее вести учет без дополнительных доработок и настроек. Кроме того, пакет может быть адаптирован к любым особенностям учета на конкретном предприятии.

Ведение бухгалтерского учета с применением компьютера в настоящее время стало нормой работы на многих предприятиях. Использование в работе бухгалтерской программы дает широкие возможности для автоматического отражения любых документов и хозяйственных операций в бухгалтерском учете посредством бухгалтерских проводок, а также исключения арифметических ошибок. На компьютере легко формируются

все первичные и отчетные документы.

Использованные источники:

1. Николаева У.С., Салахутдинова Э.Р. Информационные системы в налогообложении. // В сборнике: Бухгалтерский учет, анализ и аудит итоги студенческой научной сессии. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Министерство сельского хозяйства Республики Башкортостан, Башкирский государственный аграрный университет. Уфа, 2015. С. 180-184.
2. Тамбовцева Е. Е., Макарова Л. М. Состояние, тенденции и перспективы развития автоматизированных информационных технологий. // Технические и естественные науки: проблемы, теория, практика: межвуз. Сб. науч.тр. — Саранск: Ковылк. Тип., 2011. С.30–34
3. 1С:Предприятие., Система программ [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – М.: 1С, 2015. – Режим доступа: http://www.v8.1c.ru, свободный.

Сёмин А.А., доктор экономических наук
профессор
кафедра «Экономики и предпринимательства»
Барило Л.В., к.э.н.
старший преподаватель
кафедра «Экономики и предпринимательства»
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

РОЛЬ И МЕСТО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА

Аннотация: В статье рассматривается роль предпринимательства в обеспечении экономического роста и общественного благосостояния и высоким требованиям к инновационной активности предпринимательских структур

Ключевые слова: инновационная экономика, целевая функция предпринимательства, инновационная активность предпринимательских структур

Устойчивая тенденция повышения роли инноваций в обеспечении экономического роста и общественного благосостояния стала характерной чертой опережающего развития для абсолютного большинства индустриально развитых стран. Научные достижения, воплощенные в инновационных технологиях, новых товарах, услугах и формах управления, обеспечивают основную долю прироста валового внутреннего продукта и производительности труда в этих государствах.

В этой связи в последнее время стала очевидной тенденция формирования инновационной экономики, представляющей собой тип экономического развития, в рамках которого как благосостояние всего государства, так и конкурентоспособность конкретной предпринимательской

структуры обеспечиваются путем генерации постоянного потока инновационных разработок. Главная задача экономики подобного типа – обеспечение эффективности инновационного цикла на основе комплексного развития разветвленной системы институтов правового, организационного и финансового профиля.

Инновационная экономика проявляется в повышении в национальном богатстве доли составляющих, которые ранее были отнесены к внеэкономическим факторам (например, накопление человеческого капитала).[7] В этой связи отметим, что удельный вклад данных составляющих в общий объем ВВП на протяжении двух последних десятилетий постоянно увеличивается. В частности, к середине 2000-х годов удельный вес инновационной составляющей в системе факторов экономического роста достиг 35%, в Японии – 42%, в странах ЕС – почти 50%. [4]

В частности, новая стратегия экономического роста, принятая правительством Японии, определяет в качестве основной цели обеспечение «виртуального цикла» инноваций, функционирующего по принципу «инновации рождают инновации». [2]

Более развитые в экономическом отношении государства характеризуются и более высоким уровнем инновационной активности предпринимательских структур, что объясняется наличием условий для формирования потребности в новых более совершенных продуктах и способах их производства, а также лучшим уровнем ресурсной базы инновационного развития. [3] При этом целевая функция предпринимательства в инновационной экономике во многом трансформируется, добавляя к своим традиционным ориентирам такие параметры как воплощение своего инновационного потенциала в приносящие прибыль объекты интеллектуальной собственности. В этой связи справедливо говорить о выдвижении на ведущие роли такой компоненты бизнеса как инновационное предпринимательство.

Экономика инновационного типа проявляется в повышении в национальном богатстве доли составляющих, которые ранее были отнесены к неэкономическим факторам (например, человеческий капитал). [1] Активность инноваторов становится при этом важнейшим условием формирования эффективной инновационной экономики. При этом за годы реформ в России не удалось преодолеть важную проблему – отсутствие заинтересованности бизнеса в практическом освоении новейших научных достижений. Наблюдающийся из-за этого дефицит ресурсной поддержки исследований и разработок со стороны бизнеса в значительной мере обусловлен общеэкономическими мотивациями хозяйствующих субъектов.

Показательна в этом плане ситуация с финансированием исследований и разработок в частном секторе отечественной экономики. Следует заметить, что система государственной статистики выделяет отдельно так называемый предпринимательский сектор, в котором объединяются все коммерческие

структуры независимо от того, к какой форме собственности они принадлежат. Его доля, составляя в общих затратах на исследования и разработки в 1995 году 33,6%, снизилась до 27,2% в 2013 году. [8] При этом в странах с развитой рыночной экономикой 60-75% финансирования в науку осуществляет частный сектор. Следует подчеркнуть, что каждая из таких корпораций как Microsoft, General Motors, Pfizer, Toyota Motor, Johnson & Johnson, Ford Motor, Nokia, Roche ежегодно затрачивает на НИОКР сумму, превышающую 5 млрд. евро.66 Десятка наиболее «инновационных» корпораций мира представлена в таблице1.

Таблица 1. Крупнейшие по размеру затрат на НИОКР корпорации мира67

МЕСТО	**КОМПАНИЯ**	**СТРАНА**	**ОТРАСЛЬ**	**ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ В НИОКР,МЛРД. ДОЛЛ.**
1	RocheHolding	Швейцария	Фармацевтика	9,1
2	Microsoft	США	Программное обеспечение, компьютерные услуги	9 ,0
3	Nokia	Финляндия	Производство вычислительной техники и компьютерного обо-рудования	8,2
4	Toyota	Япония	Автомобильная	7,8
5	Pfizer	США	Фармацевтика	7,7
6	Novartis	Швейцария	Фармацевтика	7,5
7	Johnson & Johnson	США	Фармацевтика	7,0
8	Sanofi - Aventis	Франция	Фармацевтика	6,4
9	GlaxoSmithKline	Велико-британия	Фармацевтика	6,2
10	Samsung Elecronics	Южная Корея	Электронная	6,0

Таким образом, в России наблюдается ярко выраженная зависимость финансирования НИОКР от государственного бюджета, которая с каждым годом только усиливается. В условиях нарастания кризисных явлений на финансовом рынке, наблюдаемых в последние месяцы, можно прогнозировать и дальнейшее развитие подобных тенденций.

Совершенно нетипичной для страны с рыночной экономикой является структура организаций, выполняющих исследования и разработки в РФ. В

[66]Корноухова Н. А. Инновационное развитие корпоративного управления // Education and Science [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rusnauka.com›20_PNR_2011/ Economics/90582.doc.htm.

[67]Кондратьев В. Корпоративные инновации: картина будущего //Прямые инвестиции. – 2011. - № 6. – С. 56.

отличие от индустриально развитых стран, она характеризуется чрезвычайно низкой активностью отечественных бизнес-структур. В 2013 году вместе с опытными заводами их доля в общей численности организаций, занятых НИОКР, составила лишь 9,4%. При этом накопленный мировой опыт показывает, что именно научно-технические лаборатории ведущих предпринимательских структур, ориентирующиеся на крупные рынки, обладают необходимыми ресурсными возможностями по проведению широкого спектра исследований и разработок, нацеленных на создание пользующихся широким спросом у потребителей новых продуктов и услуг. Во многом данное обстоятельство, обусловленное невозможностью государства полноценно обеспечить финансирование инновационной деятельности, обуславливает наличие значительного разрыва между индустриально развитыми странами и Россией по такому параметру как соотношение величины внутренних затрат на исследования и разработке и валового внутреннего продукта, что иллюстрируют данные, которые приведены на рисунке 1.

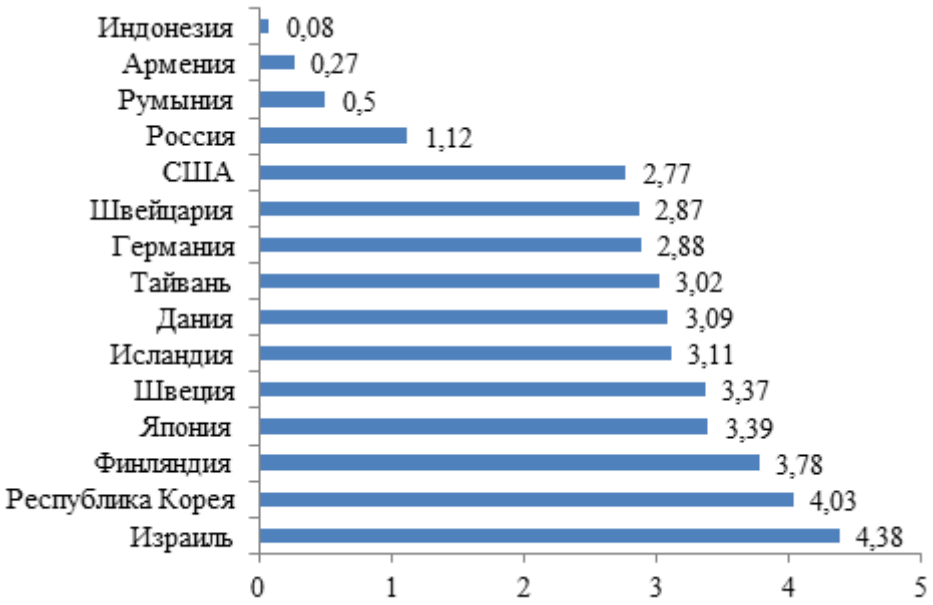


Рисунок 1. Внутренние затраты на исследования и разработки по отношению к ВВП в 2014 году (%) [8]

Низкий уровень технической оснащенности и приборного обеспечения значительной части НИОКР, производимых отечественными предпринимательскими структурами, неудовлетворительное состояние информационного обслуживания, а также недостаточная творческая активность значительной части кадров вследствие накопившихся в области организации и стимулирования научного труда проблем, приводят к недостаточной вовлеченности инновационного потенциала частного бизнеса в решение задач, стоящих перед отечественной экономикой.

В определенной мере сложившиеся ситуация является следствием

практического самоустранения государства из сферы поддержки инновационного предпринимательства. Именно в той сфере, где органы управления индустриально развитых стран концентрируют усилия по разработке программ поддержки развивающихся бизнес-структур технологической направленности, российские властные структуры демонстрируют свою практически полную индифферентность.

Для нивелирования возникающих на этом этапе негативных последствий в развитых странах сформировалась целостная инфраструктура из различных фондов, инновационных банков, консалтинговых и маркетинговых фирм и т.п., которые в рамках программ, финансируемых в значительной мере за счет средств государственного бюджета, всемерно способствуют успеху нововведений. Удельный вес организаций, получивших внешнее финансирование на проведение технологических инноваций, в общем числе инновационных организаций составил в 2012 году в Канаде – 53,2%, во Франции – 46,1%, в Австрии - 40%. В России же этот показатель равнялся 23,1%. [3]

При этом отметим, что в настоящее время в РФ реализуется целый комплекс программных документов, нацеленных, в том числе, и на поддержку инновационного предпринимательства. К ним можно отнести Стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, Государственную программу Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», Государственную программу Российской Федерации «Развитие науки и технологий» на 2013-2020 годы и др. Следует отметить, что перечисленные документы определяют правильные целевые ориентиры и при соответствующем системном подходе и отсутствии отклонений от этих основополагающих положений они должны привести к формированию благоприятных основ для развития инновационного бизнеса.

Правильное осознание на государственном уровне динамики процессов, происходящих в инновационной сфере, дает возможность выявить те области, развитие которых в наибольшей мере будет способствовать технологической динамике и повышению конкурентоспособности национальной экономики. Оно также позволяет обнаружить нарушения внутри экономической системы, препятствующих формированию институциональных основ современной инновационной экономики. В данном контексте наиболее важными являются направления государственной политики, сфокусированные на улучшении взаимодействия между участниками инновационного процесса.

В этой связи системный подход к формированию институциональных основ развития инновационного предпринимательства предусматривает создание благоприятной экономической и правовой среды, построение инновационной инфраструктуры, совершенствование механизмов государственного содействия коммерциализации результатов научных исследований и экспериментальных разработок, осуществляемых бизнес-

структурами.

Использованные источники:

1. Асланов Д. И. Человеческий капитал – важнейший фактор экономического роста // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2010. – № 28.
2. Глобальные вызовы – японский ответ / под рук. Э. В. Молодяковой. – М.: АИРО–XXI, 2008.
3. Егоренков А. Г. Инновационная активность российского предпринимательства: проблемы измерения и опыт эмпирических исследований // Вопросы статистики. – 2011. - № 1.
4. Клавдиенко В. Стимулирование инновационной активности: мировые тенденции и Россия // Общество и экономика. – 2008. - № 7-8.
5. Корноухова Н. А. Инновационное развитие корпоративного управления // Education and Science [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rusnauka.com/20_PNR_2011/Economics/90582.doc.htm.
6. Кондратьев В. Корпоративные инновации: картина будущего //Прямые инвестиции. – 2011. - № 6.
7. Толстобров Г. М. Теоретические основы развития концепции интеллектуального капитала // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2010. - № 2.
8. Филимоненкова И. В., Куприенко Ю. В., Шварова Е. В. Международные сопоставления научно-технического и инновационного развития стран мира с определением места РФ в современной мировой экономике // СибАК. Научно-практ.конф. ученых и студ. с дистанционным участием. Коллективные монографии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: sibac.info/14793.

Сёмин А.А., доктор экономических наук
профессор
кафедра «Экономики и предпринимательства»
Труфанов С.А., к.э.н.
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

МЕХАНИЗМ КОНКУРЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Аннотация: В статье рассматривается необходимость поиска таких путей повышения конкурентоспособности предпринимательской структуры, которые бы имели уникальный характер и не могли копироваться конкурентами в ближайшей перспективе

Ключевые слова: конкурент-менеджмент, ключевые компетенции, кадровый потенциал предпринимательской структуры.

Трансформации качественного характера, сопровождающие в первом десятилетии XXI века как мировую, так и, в частности, российскую

экономику, можно охарактеризовать как следствие перманентно усиливающихся процессов глобализации, ускорения научно-технического прогресса, растущего значения финансовых (в частности, кредитных и валютных) и политических факторов, влияющих на макроэкономический климат, а также кризисных явлений как глобального, так и относительно локального масштаба [2, 3]. Все эти факторы стимулируют усиление конкурентной борьбы, что актуально как для зарубежных, так и для российских предприятий, функционирующих, прежде всего, в реальном секторе российской экономики, где в долгосрочном периоде (в особенности, после вступления России во Всемирную торговую организацию), зачастую, наблюдается доминирование импортных товаров, а также продукции, произведенной компаниями с иностранным капиталом [3, 4]. В таких условиях, функционирование существующих или, тем более, выход на рынок новых отечественных предприятий, существенно затруднён даже в условиях падения курса национальной валюты по отношению к доллару и евро, когда импорт становится менее, а экспорт более выгодным по ценовым параметрам. Ведь даже отечественное производство, зачастую, использует иностранное оборудование, транспорт, сырьё, материалы и комплектующие, т.е., по сути, технологически зависимо от цен на импорт. Следовательно, девальвация национальной валюты, в современных условиях, не является самостоятельным решением проблемы повышения конкурентоспособности российских предпринимательских структур.

Кроме того, новые технологии, внедряемые как российскими, так и зарубежными компаниями в производство и обращение, имеют существенный недостаток — они подвержены копированию конкурентами, зачастую, уже в краткосрочном периоде [5, 6]. Т.е., по сути, они не дают преимущества в долгосрочной перспективе. Наглядным примером может служить российский рынок по производству и продаже соков и нектаров. Внедрение в 2010 г. компанией «Сады Придонья» новой упаковочной технологии TetraPack«Gemina» позволило увеличить объём продаж в краткосрочной перспективе, т.к. данная упаковка с конусообразным верхом гораздо более удобная, практичная и привлекательная внешне для потребителя, чем стандартная квадратная «Square». Но преимущество имело краткосрочный характер, т.к. в последующие несколько лет, практически конкуренты беспрепятственно внедрили данную технологию в своём производстве. В частности, компания «Мултон» уже в 2012 г. произвела первые образцы сока «Добрый» в упаковке «Gemina» и к концу 2013 г. вырвалась в лидеры по доле рынка в объёме продаж и в выручке [9].

Другим примером может служить внедрение немецкой системы автоматизации управления бизнес-процессами SAP российскими подразделениями крупных международных компаний-конкурентов: Coca-Colaи PepsiCo. Причём, данный процесс завершился почти одновременно. PepsiCo внедрила SAP в России в период 2010-2012 гг. В компании Coca-Coladанный процесс был произведён в 2 этапа: весь 2010 г. (SAPWave 1) и

весь 2012 г. (SAPWave 2). Таким образом, к началу 2013 г., обе компании активно использовали мощную систему автоматизации бизнес-процессов, которая позволила принципиально сэкономить на функциях людей и затрачиваемом времени. Но обоюдная конкурентная борьба сохранилась, т.к. обе организации внедрили аналогичную прогрессивную технологию, которая в примерно равной степени повысила эффективность их функционирования.

В связи с данной проблемой, возникает необходимость поиска таких путей повышения конкурентоспособности, которые бы имели уникальный характер и не могли внедряться конкурентами в краткосрочной и среднесрочной перспективе [1]. Таким инструментом конкурент-менеджмента, по нашему мнению, является внедрение технологий управления компетенциями, позволяющих капитализировать кадровый потенциал организации как новый нематериальный ресурс (см. рис. 1). Такого рода технологии позволяют формировать в компании уникальные ключевые компетенции за счёт развития определённых компетенций работников. Данный инструментарий предлагает определённую модель управления компетенциями, включающую определённые методики и алгоритмы подбора, развития и оценки кадров, а также измерения и отслеживания показателей эффективности конкурент-менеджмента, в целом, и кадрового менеджмента, в частности.

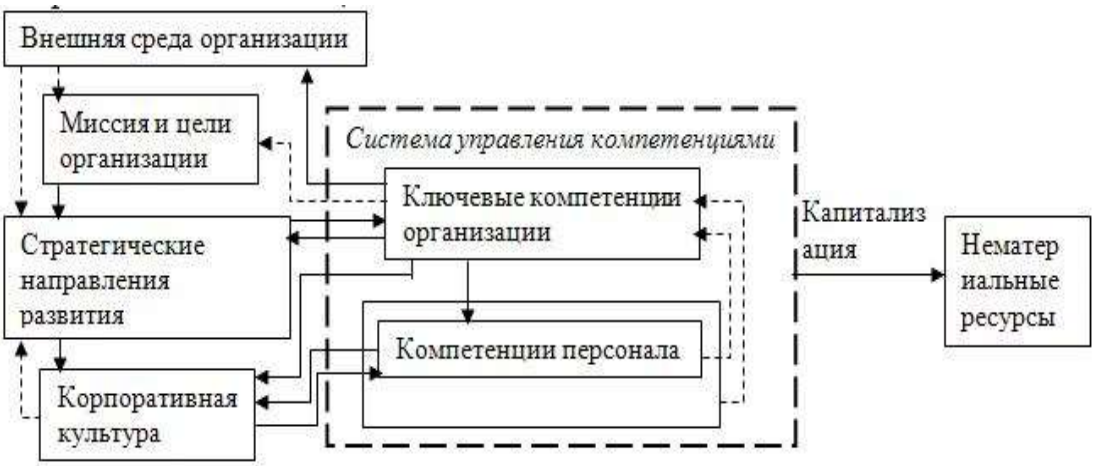


Рисунок 1. Механизм формирования и развития ключевых компетенций в системе конкурент-менеджмента организации [8]

В общих чертах, применение такого инструментария предполагает выполнение следующих пунктов:

1. Определение топ-менеджментом перспективных ключевых компетенций в рамках обсуждения стратегических установок компании.

2. Разработка основной организационной модели компетенций, которая будет представлять собой некую шаблонную систему из перечней взаимосвязанных компетенций, разбитых на группы и кластеры,

позволяющие применять данную модель на разных уровнях управленческой иерархии [7].

3. Применение в ходе оценки существующих и в ходе отбора новых кадров специализированной матрицы, которая сопоставляет компетенции персонала с должностями управленческой иерархии предприятия, а также дополнительно матрицы, сопоставляющей типы личности с компетенциями, и типы личности с должностями по специальным экспертным и статистическим методикам типирования и выявления компетенций.

4. Использование уникального плана развития для каждого работника, предполагающего использование специальные алгоритмов развития компетенции и матрицы заменяемости сложно-развиваемых компетенций.

5. Применение специальной системы показателей эффективности кадрового менеджмента в виде формул для анализа уровня развития компетенций и компетентности организации и работников, а также степени соответствия компетенций персонала компетенциям организации.

6. Использование матрицы из 9 областей, сопоставляющей между собой три уровня компетентности и три уровня результативности работников.

Апробация данного инструментария в модели управления компетенциями ЗАО «Мултон» в 2011-2013 гг. привела к наращиванию степени соответствия компетенций сотрудников компетенциям организации на 20,1%, средней компетентности работников на 17,6%, а также доли персонала с высокой и средней компетентностью и результативностью на 22%, что, в свою очередь послужило причиной увеличения объёма продаж на 4,8% и снижению доли расходов в выручке на 1,7%, что позволяет сделать выводы об эффективности предложенных методик [10].

Таким образом, применение инструментария конкурент-менеджмента, предполагающего внедрение технологий управления компетенциями, позволяет сформировать уникальные качественные (а затем и количественные) конкурентные преимущества для предпринимательских структур, не подверженные тиражированию конкурентами в долгосрочной перспективе. В современных условиях внешней нестабильности, связанной макроэкономическими и геополитическими факторами, данный инструментарий конкурент-менеджмента может послужить не только средством удержания финансово-хозяйственной деятельности российских предприятий, но также и использовать кризисные условия для роста, относительно компаний-конкурентов. Среди возможных направлений развития исследований в данной области, достаточно важным является проблематика соответствия компетенций, формируемых вузами реальным требованиям рабочих мест в предпринимательских структурах на практике. Решение данной проблемы позволит не только обеспечить российские предприятия качественными трудовыми ресурсами, но и увеличить производительность труда в российской экономике в целом.

Использованные источники:

1. Дубицкий, Л. Г. О современных системах менеджмента организаций / Л. Г. Дубицкий // Компетентность. 2010. № 4-5 (75-76). С. 32-40.

2. Семин, А. А. Императивы устойчивого развития в системе ценностных предпочтений субъектов предпринимательской деятельности/А.А. Семин // Вестник Волгоград. гос. Ун-та. Серия 3: Экономика. 2012. № 1. С. 171-178.

3. Семин А.А. Институционализация социальной ответственности предпринимательства в России на основе методологии индивидуализма / А. А. Семин // TERRA ECONOMICUS. 2012. Т. 10. № 1-2. С.35.

4. Семин, А. А. Качество институциональной среды бизнеса в обеспечении устойчивого развития предпринимательства в России // Экономика устойчивого развития. 2012. № 9. С. 15.

5. Семин, А. А. Методологические основы устойчивого развития: органическая и индивидуалистическая концепции / А. А. Семин // Экономический механизм устойчивого развития экономики России в условиях нестабильной внешней среды.Ростов н/Д.:Содействие-XXI век.2013.с.72-77.

6. Семин, А. А. Управление деятельностью предпринимательской структуры в условиях нестабильной внешней среды / А. А. Семин, А. Ю. Архипов // Terra Economicus. 2012. № 2 (Т. 10). С. 95-100.

7. Соколов В. П. Компетентностный подход к личностно-профессиональному развитию управленческих кадров / В. П. Соколов, В. И. Тихонова // ИнВестРегион. 2011. № 2. С. 34-37.

8. ТруфановС.А. Инструментарий управления формированием и удержанием ключевых компетенций организации в системе конкурент-менеджмента/С.А.Труфанов//Управление экономическими системами. 2014. № 12.

9. ТруфановС.А. Сравнительный анализ моделей формирования и развития компетенций персонала на предприятиях рынка соков / С. А. Труфанов // Мир науки, культуры и образования. 2014. №4 (47). С. 419-421.

10. Труфанов, С. А. Формирование и удержание компетенций в системе мер повышения конкурентоспособности бизнеса / С. А. Труфанов // Вестник университета (ГУУ). – М: ГУУ, 2014. – №11. – С. 220-224.

Сибирякова С.Г.
студент 4-го курса
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова
Финансово-экономический институт
Россия, г. Якутск

АНАЛИЗ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ (НА ПРИМЕРЕ «ФАРАОН»)

Аннотация. В статье пишется об автоматизированных системах управления персоналом, на примере АСУП «Фараон». Важная роль в оптимизации управления сотрудниками любого предприятия принадлежит автоматизированным системам управления персоналом (так называемым

Human Resource systems). В своей деятельности компании вынуждены нанимать работников, как на временной, так и постоянной основе, вести документацию на каждого из них, поддерживая ее в виде, соответствующем как внутренним, так и внешним (кодекса законов о труде) требованиями. Любая автоматизированная система управления персоналом предоставляет всем заинтересованным лицам (руководству, менеджерам, самим работникам, наконец, государственным чиновникам) мгновенный доступ ко всей необходимой информации.

Ключевые слова: Автоматизация, доступ, информация, оптимизация.

В настоящее время тема автоматизации работы управления персоналом является одной из самых актуальных для многих организаций. Быстрый и своевременный доступ к информации сегодня является необходимым условием успешной работы и является хорошим источником экономии времени, тем самым улучшения производительности труда. Таким образом, тема данной статьи является актуальной с практической точки зрения.

Современные автоматизированные системы управления персоналом предназначены для оптимизации работы, в первую очередь, руководства и персонала кадровых служб предприятий (помимо бухгалтерии и некоторых других подразделений) и играют большую роль в повышении производительности их труда.

Имеющиеся сейчас автоматизированные системы управления персоналом на рынке по их функциональной направленности можно разделить на следующие основные группы:

- экспертные системы для группового анализа персонала, выявления тенденций развития подразделений и организации в целом;
- многофункциональные экспертные системы, позволяющие проводить профориентацию, отбор, аттестацию сотрудников предприятия;
- комплексные системы управления персоналом, позволяющие формировать и вести штатное расписание, хранить полную информацию о сотрудниках, отражать движение кадров внутри фирмы, рассчитывать зарплату;
- программы расчета зарплаты.

Автоматизированная система управления персоналом "Фараон" - это современная компьютерная программа, сочетающая в себе функции автоматизации управления персоналом и кадрового делопроизводства. Главными особенностями системы Фараон являются ее наглядность, удобство, гибкая настройка, возможность вести несколько юридических лиц одновременно, а также интеграция с пакетом программ Microsoft Office.68

Автоматизированная система управления персоналом «Фараон» автоматизирует управление персоналом: ведет учет личных дел, кадровых операций (приемы, переводы, увольнения, командировки, больничные,

[68] http://www.hrsoft.ru/software/detail.php?ID=22077

отпуска, обучение, аттестации и т.д.), выводит приказы в соответствии с унифицированными формами, рассчитывает остатки отпусков, ведет учет рабочего времени, выстраивает организационную структуру, организует делопроизводство и т.д.

Мы провели устный опрос среди работников Отдела кадров разных организаций. Среди которых были работники Отдела кадров акционерного общества «Сахаэнерго», Дома дружбы народов имени А.Е. Кулаковского, Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова. Для опроса мы сперва рассказали об АСУП «Фараон», потом главным вопросом опроса был «Хотели бы Вы внедрить АСУП «Фараон» в Вашу организацию?», ответы были разными, но в большей степени согласились бы работать с такой программой.

В конце хотелось бы сказать, что автоматизированная система управления персоналом «Фараон» является одним из лучших инструментов в работе управления персоналом, который поможет повысить производительность труда, что есть и самой главной задачей любой организации.

Использованные источники:

1. Каталог программ для управления персоналом, URL: http://www.hrsoft.ru/software/detail.php?ID=22077 (дата обращения: 15.12.2015)

Сибирякова С.Г.
студент 4-го курса
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова
Финансово-экономический институт
Россия, г. Якутск

АНАЛИЗ ПРИНЦИПОВ ПРОФЕССИОГРАФИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена анализу принципов построения профессиографии в системе управления персоналом. Обобщены основные походы к данному понятию.

Ключевые слова**:** Управление персоналом, профессиография.

Актуальность этой темы в том, что проблема психологического изучения различных видов профессиональной деятельности по настоящее время занимает центральное место в ряде научно-прикладных направлений отечественной психологической науки (психотехнике, психологии труда, инженерной психологии, эргономике, организационной психологии).

Цель статьи рассмотреть основные принципы профессиографии в системе управления персоналом.

Изучив и обобщив подходы исследователей к понятию профессиография (Романова Е.С., Иванова Е. М., Кибанов А.Я., Одегов Ю.Г., Вишневская Н.Л., Плахова Л.В. и др.), мы пришли к выводы, что

профессиография – это объективное исследование, направленное на раскрытие и описание всей сущности профессии, выявление ее структурных и содержательных особенностей, установление всего многообразия взаимоотношений личности специалиста с предметами, средствами и продуктами труда, с окружающими людьми, с целым рядом специфических явлений, сопровождающих трудовой процесс и в значительной мере обусловливающих характер протекания профессиональной деятельности.

Одним из первых психологов, сформулировавших принципы профессиографии был К.К. Платонов. Давайте выделим основные принципы профессиографии и дадим им оценку.

Во-первых, принцип целенаправленности. Мы думаем, что психологическое изучение профессии должно проводиться не само по себе, а для решения исследовательских или практических задач, которые определяют уровень изучения профессий, предмет исследования и методы.

Во-вторых, принцип личностного подхода. Мы полагаем, что следует учитывать возможные вариации индивидуального стиля деятельности и возможности компенсации одних индивидуально личностных свойств другими. В данном случае подчеркивается условность, относительность психограммы успешного профессионала как модели желательного набора ПВК.

В-третьих, принцип допусков. На наш взгляд, в случае профотбора необходимо указывать не только набор ПВК и противопоказаний, но и количественные границы минимума и максимума при их измерении.

В-четвертых, принцип надежности. Мы допускаем, что нельзя ограничиваться только благоприятными условиями труда, нужно выявить, описать и учесть также редкие, экстремальные ситуации. Это особенно важно при изучении опасных профессий.

В-пятых, принцип дифференциации и типизации. Мы уверенны, что следует учитывать внутрипрофессиональные различия, а также объединять в группы сходные по каким-либо параметрам профессии.

В-шестых, принцип перспективности и реальности. Наша точка зрения, что рекомендуется учитывать тенденции развития профессии, рассматривать профессии в культурно-исторической перспективе.

Мы также обобщили основные методы профессиографии. При составлении профессиограмм для сбора эмпирических данных применяются следующие методы:

- изучение документации по данной профессии;
- наблюдение за работой специалистов;
- опрос специалистов (экспертный метод);
- изучение продуктов (результатов) данного труда, анализ ошибок;
- трудовой метод;
- метод искусственной деавтоматизации: исследование не столько сформированных автоматизированных навыков работника, сколько самой трудовой деятельности, которую осваивает обучающийся рабочий;

- биографический метод, позволяющий исследовать профессиональный путь работника на основании его опроса и изучения документации;

- метод эксперимента, где сам эксперимент понимается как исследование влияния на трудовой процесс естественных или специально организованных факторов;

- метод моделирования трудового процесса, позволяющий выделять и анализировать наиболее существенные характеристики данного труда.

Мы полагаем, что успех любой организации в современных условиях ускоряющегося научно-технического процесса и усиливающейся конкуренции зависит, в первую очередь, от её способности максимально эффективно отбирать персонал и использовать уже имеющиеся в её распоряжении ресурсы для достижения стоящих перед ней целей.

Таким образом, в организации важно владеть современными методами управления персоналом. Подбор наилучших кадров - сложный и многоэтажный процесс, включающий научно-обоснованные принципы и методы работы, без которых невозможно осуществлять подбор наилучших кадров. Только системный, научно методически разработанный подход, позволяет быстро и качественно решать проблему подбора персонала.

Использованные источники:

1. Романова Е.С. 99 популярных профессий: психологический анализ и профессиограммы. - СПб., 2014. - 215 с.
2. Управление персоналом организации: Учеб. // Под ред. А.Я. Кибанова. - М., 2011.
3. Иванова Е. М. Профориентационная профессиография. – Мн.: Высшая школа, 2013.
4. Вишневская Н.Л., Плахова Л.В. Профессиограмма как интегральная модель оценки пригодности персонала для обеспечения безопасности производства // http://cyberleninka.ru/article/n/professiogramma-kak-integralnaya-model-otsenki-prigodnosti-personala-dlya-obespecheniya-bezopasnosti-proizvodstva-1 (дата обращения 13.12.2015)

Сибирякова С.Г.
студент 4-го курса
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова
Финансово-экономический институт
Россия, г. Якутск

УЛУЧШЕНИЕ УСЛОВИЙ ТРУДА ОТДЕЛА КАДРОВ (НА ПРИМЕРЕ ДОМА ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ А.Е. КУЛАКОВСКОГО)

Аннотация. В данной статье мы разработали рекомендации по улучшению условий труда в Отделе кадров Дома дружбы народов имени А.Е. Кулаковского. В ходе исследования было выявлено несоответствие некоторым требованиям условие труда кабинета Отдела кадров. Для его

улучшения мы разработали рекомендации, которые улучшат условия труда и повысят производительность труда.

Ключевые слова: Рекомендации, условия труда, Отдел кадров, , недостатки, эффективность.

Условия труда - это совокупность факторов производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на работоспособность и здоровье человека [1].

Отклонения от допустимых условий деятельности, вызывающие негативные факторы, отрицательно влияют на производительность труда, ухудшают самочувствие, приводят к травмам, заболеваниям, а иногда и к гибели людей.

В связи с этим весьма актуальными являются анализ условий труда на рабочем месте, а также разработка мероприятий, направленных на их улучшение.

И тогда, целью исследования данного курсового проекта является анализ условий труда рабочего места кабинета Отдела кадров Дома дружбы народов имени А.Е. Кулаковского, а также предоставление рекомендаций по улучшению условий труда.

В ходе исследования рабочего места Отдела кадров Дома дружбы народов имени А.Е. Кулаковского были выявлены некоторые недостатки:

- Средняя температура воздуха в кабинете равна 26 С. Этот показатель превышает оптимальные и допустимые микроклиматические условия;

- Общая площадь кабинета равна 29 м2, что совершенно не соответствует положению рабочего паспорта.

В связи с этим мы разработали рекомендации по улучшению условий труда работника Отдела кадров ДДН им. А.Е. Кулаковского:

В первом пункте мы говорили, что температура воздуха в кабинете превышает установленную норму на 2 С. Руководству целесообразно решить этот вопрос путем приобретения кондиционера. Таким образом, работнику будет удобнее работать в кабинете, что значительно повысит производительность труда.

Второй пункт гласил, что общая площадь помещения довольно маленькая, постоянно в нем пребывает 1 работник и в рабочее время кабинет посещает персонал организации. Работнику необходимо передать решение данной проблемы руководителю административно-хозяйственной части, или же непосредственному директору ДДН им. А.Е. Кулаковского. Руководитель АХЧ, непосредственно, должен будет устранить проблему путем расширения площади кабинета.

По предложенным положениям мы посчитали общую сумму, которую предполагается потратить. Она составляет 52 тысяч рублей. Из них для приобретения кондиционера мы выделили 20 тысяч рублей. Также потребуются квалифицированные услуги по установке монтажу кондиционера – 2 тысячи рублей в час. Мы предполагаем, что установка займет не более 2 часов. Таким образом, на установку потребуется 4 тысячи

рублей.

Кабинет мы будем расширять по положению рабочего паспорта – 49 м2. Для этого потребуется бригада строителей, соответственно им должны выплатить заработную плату по окончанию работы, в размере – 32000 рублей.

Сроки внедрения рекомендаций – 2 рабочей недели.

Источник финансирования – профсоюз организации.

Таким образом, мы рассчитали примерные расходы на реализацию данного проекта. После внедрения проекта, повысится производительность труда, рационально стабилизируется временной график работы сотрудников, в общем – улучшатся условия труда работника отдела кадров, что и было главной задачей данного проекта.

Считаем, что реализация данного проекта усовершенствует существующие условия труда работников. Поэтому организация данного проекта должна стать одной из главных задач руководителя.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации, пункт 2, статья 209.
2. Пашуто В.П. Организация и нормирование труда на предприятии: Учеб. пособие для студ. экон. спец. вузов. – Мн.: Новое знание, 2010. – 304с.
3. Саноян Г.Г. Создание условий оптимальной работоспособности на производстве. – М.: Экономика ,2014.

Сибирякова С.Г.
студент 4-го курса
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова
Финансово- экономический институт
Россия, г. Якутск

ОЦЕНКА УСЛОВИЙ ТРУДА НА РАБОЧИХ МЕСТАХ (НА ПРИМЕРЕ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «САХАЭНЕРГО»)

Аннотация. В данной статье мы разработали рекомендации по улучшению условий труда в Отделе кадров акционерного общества «Сахаэнерго». Для этого, путем сравнения с рабочим паспортом, выявили недостатки условий труда Отдела кадров АО «Сахаэнерго», разработали рекомендации, рассчитали расходы и социально-экономическую эффективность.

Ключевые слова: Рекомендации, условия труда, Отдел кадров, рабочий паспорт, недостатки, эффективность.

НА ПРИМЕРЕ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «САХАЭНЕРГО»)

Условия труда - это совокупность факторов производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на работоспособность и здоровье человека [1].

В ходе исследования рабочего места Отдела кадров акционерного общества «Сахаэнерго», мы выявили некоторые недостатки:

- Окно находится в поле зрения сотрудника при работе на компьютере. Следовательно, в дневное время солнечный свет создает помехи сотруднику при работе на компьютере.

- Средняя температура воздуха в кабинетах равна 26 С. Этот показатель превышает оптимальные и допустимые микроклиматические условия.

- Компьютеры, на которых работают сотрудники, оснащены всеми необходимыми комплектующими и специальными программами, но мониторы с LED-подсветкой оказывают негативное воздействие на зрение работников.

В связи с этим мы разработали рекомендации по улучшению условий труда работников Отдела кадров АО «Сахаэнерго»:

В первом пункте проекта мы рассматривали проблему прямого попадания солнечного света на рабочую зону сотрудников. Руководству целесообразно решить этот вопрос путем приобретения жалюзи на окна. Таким образом, работникам будет удобнее работать в дневное время с компьютером, что значительно повысит производительность труда.

Второй пункт гласил о высокой температуре в помещении. Общая площадь помещений довольно маленькая, постоянно в нем пребывают 3 специалиста, и в рабочее время кабинеты посещает персонал организации. Специалистам необходимо через своего непосредственного руководителя передать решение данной проблемы руководителю административно-хозяйственной части, или же непосредственному директору АО «Сахаэнерго». Руководитель АХЧ, непосредственно, должен будет устранить проблему путем выделения (приобретения) кондиционера.

В третьем пункте мы говорили о компьютерной технике. Предлагаем приобрести новые мониторы с CCFL-подсветкой, так как именно с этими устройствами больше всего контактируют сотрудники и именно они оказывают наибольшее влияние на работоспособность и здоровье работников.

По предложенным положениям мы посчитали общую сумму, которую предполагается потратить. Она составляет 52 тысяч рублей. Из них для приобретения кондиционера мы выделили 20 тысяч рублей. Также потребуются квалифицированные услуги по установке монтажу кондиционера – 2 тысячи рублей в час. Мы предполагаем, что установка займет не более 2 часов. Таким образом, на установку потребуется 4 тысячи рублей.

Для приобретения в кабинеты жалюзи мы выделили по 7 тысяч на одно окно, в кабинете 3 окна, итого 21 тысяча рублей.

Приобретение жидкокристаллического монитора с CCFL-подсветкой также 7 тысяч рублей, в отделе есть 3 компьютера, итого 21 тысяча рублей.

Сроки внедрения рекомендаций – 1 рабочая неделя.

Источник финансирования – профсоюз организации.

Таким образом, мы рассчитали примерные расходы на реализацию

данного проекта. После внедрения проекта, повысится производительность труда, рационально стабилизируется временной график работы сотрудников, в общем – улучшатся условия труда специалистов отдела кадров, что и было главной задачей данного проекта.

Нами была рассмотрена общая характеристика организации условий труда на рабочем месте с точки зрения таких авторов, как: Бычин В.Б., Малинин С.В., Саноян Г.Г. и др.

В ходе нашего исследования были проанализированы условия труда работников Отдела кадров АО «Сахаэнерго». В целом, исследование показало полную оснащенность всем необходимым: регламентирующая документация, рабочее место, техническое оснащение места и относительно удовлетворяющие потребности человека условия труда. Но были выявлены и некоторые недостатки. Чтобы решить их, мы предложили проект по совершенствованию условий труда.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации, пункт 2, статья 209.
2. Бычин В.Б., Малинин С.В. Нормирование труда: Учебник / Под ред. Одегова Ю.Г. – М.: Издательство «Экзамен», 2010.
3. Саноян Г.Г. Создание условий оптимальной работоспособности на производстве. – М.: Экономика ,2014.

Сибирякова С.Г.
студент 4-го курса
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова
Финансово-экономический институт
Россия, г. Якутск

УЧЕБНОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (НА ПРИМЕРЕ КИНОТЕАТРОВ Г. ЯКУТСКА)

Аннотация. В данной статье мы провели учебное маркетинговое исследование среди жителей города Якутска по выявлению лучшего кинотеатра среди кинотеатров города. Для его выявления мы провели анкетирование, в котором приняли участие 30 респондентов.

Ключевые слова: Кинотеатры, студенты, школьники, вопросы, ответы, преимущество, кинопродукция.

В апреле этого года нами было проведено учебное маркетинговое исследование для выявления лучшего кинотеатра среди кинотеатров города Якутска.

Методом исследования являлось анкетирование. Анкетирование – это метод сбора данных, используемый в рамках конкретного социального исследования и предполагающий самостоятельное заполнение анкет целевыми группами респондентов и возврат анкет интервьюеру [1].

Кинотеатр - это бизнес с огромным потенциалом [2]. Кинотеатры имеют огромное социальное значение. Куда пойти вечером или куда сводить девушку — острый для молодежи вопрос. За неимением лучшего молодые

люди все чаще проводят вечера в компании с алкоголем, нежели в компании Спилберга или Михалкова.

Объектами выступили все четыре имеющиеся кинотеатра города: кинотеатр «Лена», кинотеатр «Центральный», кинотеатр «Центральный» и новооткрывшийся кинотеатр «ZOOM», который полностью отличается от первых трех кинотеатров, но мы решили включить его в список объектов, так как он носит название юридического лица – кинотеатр.

Всего в нашем исследовании было опрошено 30 респондентов. Из них 90% были студенты, а оставшаяся часть школьники.

У нас были разного типа вопросы такие как: «Какой кинотеатр Вы предпочитаете?», «Залы какого кинотеатра Вам кажутся наиболее комфортными для просмотра фильма?», «Месторасположение какого кинотеатра Вам нравится больше?», «Репертуар какого кинотеатра Вам нравится больше всего?», «Дизайн какого кинотеатра Вам нравится больше?» и т.д.

По ответам респондентов лидирующую позицию занял кинотеатр «Лена». Так как нашими респондентами в основном являлись студенты, для них в кинотеатре «Лена» нравится его месторасположение, он расположен близко от студенческого городка; плюса прибавили его частые скидки, например, в других кинотеатрах скидки для студентов только по вторникам, а в кинотеатре «Лена» и по средам на уходящие фильмы тоже; в корзину преимуществ дали вес еще, что у этого кинотеатра улыбчивый персонал, который умеет общаться с клиентами.

Таким образом, хотим сказать, что оставшимся трем кинотеатрам нужно брать пример с кинотеатра «Лена», чтобы рынок кинопродукции в городе расцветал и радовал гостей и жителей города Якутска.

Использованные источники:

1. Интеллектуальные информационные технологии управления социально-экономическими объектами [Электронный ресурс] - URL: http://conference.osu.ru/assets/files/conf_info/conf3/2.pdf (дата обращения:14.12.2015).
2. Финам [Электронный ресурс] - URL: http://finam.info/news/kinoteatr-eto-biznes-s-mnogestvom-potentsiala/ (дата обращения: 14.12.2015).
3. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д.В. Тюрин – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 342с.

Сибирякова С.Г.
студент 4-го курса
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова
Финансово- экономический институт
Россия, г. Якутск

ДОКУМЕНТАЦИЯ ПО ПООЩРЕНИЮ РАБОТНИКОВ И ДИСЦИПЛИНАРНОГО ВЗЫСКАНИЯ

Аннотация. В данной статье пишется об основаниях поощрения и

дисциплинарного взыскания. Рассматривается сущность, виды и документационное оформление поощрений и дисциплинарных взысканий работников.

Ключевые слова: Поощрение, взыскание, приказ.

Работодатель поощряет работников, добросовестно исполняющих трудовые обязанности (объявляет благодарность, выдает премию, награждает ценным подарком, почетной грамотой, представляет к званию лучшего по профессии).

Другие виды поощрений работников за труд определяются коллективным договором или правилами внутреннего трудового распорядка, а также уставами и положениями о дисциплине. За особые трудовые заслуги перед обществом и государством работники могут быть представлены к государственным наградам. (в ред. Федерального закона от 30.06.2006 N 90-ФЗ)

За совершение дисциплинарного проступка, т. е. неисполнение или ненадлежащее исполнение работником по его вине возложенных на него трудовых обязанностей, работодатель имеет право применить следующие виды дисциплинарных взысканий:

- замечание;
- выговор;
- увольнение по соответствующим основаниям.

До применения дисциплинарного взыскания работодатель должен затребовать от работника объяснение в письменной форме.

В случае отказа работника дать указанное объяснение составляется соответствующий акт.

Отказ работника дать объяснение не является препятствием для применения дисциплинарного взыскания.

Дисциплинарное взыскание применяется не позднее одного месяца со дня обнаружения проступка, не считая времени болезни работника, пребывания его в отпуске, а также времени, необходимого на учет мнения представительного органа работников.

Дисциплинарное взыскание не может быть применено позднее шести месяцев со дня совершения проступка, а по результатам ревизии, проверки финансово-хозяйственной деятельности или аудиторской проверки — позднее двух лет со дня его совершения. В указанные сроки не включается время производства по уголовному делу.

За каждый дисциплинарный проступок может быть применено только одно дисциплинарное взыскание.

Приказ (распоряжение) работодателя о применении дисциплинарного взыскания объявляется работнику под расписку в течение трех рабочих дней со дня его издания. В случае отказа работника подписать указанный приказ (распоряжение) составляется соответствующий акт.

Дисциплинарное взыскание может быть обжаловано работником в государственные инспекции груда или органы по рассмотрению

индивидуальных трудовых споров.

Если в течение года со дня применения дисциплинарного взыскания работник не будет подвергнут новому дисциплинарному взысканию, то он считается не имеющим дисциплинарного взыскания.

Работодатель до истечения года со дня применения дисциплинарного взыскания имеет право снять его с работника по собственной инициативе, просьбе самого работника, ходатайству его непосредственного руководителя или представительного органа работников.

Работодатель обязан рассмотреть заявление представительного органа работников о нарушении руководителем организации, его заместителями законов и иных нормативных правовых актов о труде, условий коллективного договора, соглашения и сообщить о результатах рассмотрения представительному органу работников.

В случае, если факты нарушений подтвердились, работодатель обязан применить к руководителю организации, его заместителям дисциплинарное взыскание вплоть до увольнения.

При специальной дисциплине труда порядок, сроки применения и виды дисциплинарных взысканий могут быть иными.

Использованные источники:

1. Трудовой кодекс Российской федерации

Соболева Е.А.
заместитель директора
государственное казённое общеобразовательное учреждение
Свердловской области
«Краснотурьинская школа-интернат, реализующая адаптивные основные общеобразовательные программы»
Россия, г. Краснотурьинск

СОЗДАНИЕ МОТИВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕДАГОГОВ

Ключевые слова: мотив, мотивация, мотивационное управление, мотивационная среда.

В настоящее время в связи с переходом на новые образовательные стандарты вопрос о профессионализме педагога стоит наиболее остро. Педагог должен овладевать новыми знаниями, современными педагогическими технологиями и методиками, изменить стиль деятельности.

Именно мотивация призвана повышать качество работы, результативность, уровень предоставляемых услуг, улучшать микроклимат в образовательном учреждении, а также помогать в достижении профессиональных целей, давать положительную перспективу, подготавливать педагогические кадры для инноваций, повышать самоуважение и, в конечном счете, предотвращать отток специалистов.

Известно, что каждый педагог приходит в школу со своими интересами и в зависимости от того, насколько оправдываются его ожидания, выбирает ту или иную установку. С точки зрения управления, мотивация – это процесс побуждения себя и других для достижения личных целей и целей организации.

Мотив – это то, что побуждает человека действовать в определенном направлении [6]. Основу мотивации составляют потребности. Для потребности важно знание способов деятельности по удовлетворению потребности, через индивидуальную деятельность, в которой личность закрепляет потребность, находя способы ее удовлетворения, и на этой основе возникают новые потребности [2]. Каждая из потребностей может быть реализована во многих мотивах, каждый мотив может быть удовлетворен различной совокупностью целей.

Для успешного руководства людьми каждый руководитель должен в общих чертах представлять, чего хотят и чего не хотят, к чему стремятся его подчиненные. Исходя из этого, он либо изменяет мотивационную структуру их поведения, развивая желательные мотивы, либо осуществляет прямое воздействие на поведение.

Директор школы должен учитывать мотивационный потенциал педагога, т.к. сила побуждения к продуктивной деятельности зависит от его физического и психологического состояния. Общий механизм формирования мотивации состоит в том, чтобы предоставить каждому члену педагогического коллектива возможность извлекать из своей работы максимум положительных эмоций посредством удовлетворения всего набора собственных потребностей.

Совокупность условий, определяющих направленность и величину усилий, прилагаемых работниками для достижения целей организации, называют мотивационной средой [3].

Директор школы оценивает качество мотивационной среды для того, чтобы обоснованно определить, какую отдачу он ожидает от педагогов при тех условиях, что созданы в школе, какие мотивирующие условия, прежде всего, необходимо менять.

С увеличением педагогического стажа изменяются мотивы деятельности, меняются факторы, влияющие на удовлетворенность своей работой. Сначала на первый план выступает материальное оснащение рабочего места (материальное обеспечение школы); затем для педагога важным становится размер заработной платы; далее главенствующим мотивом становится взаимоотношение с администрацией или достигаемые результаты в работе. При отсутствии мотива теряется смысл работы, что приводит к желанию педагога покинуть образовательное учреждение [4].

Для того чтобы в школе не было текучести педагогических кадров необходимо создать мотивационную среду, которая будет сочетать комплекс стимулирующих воздействий и мотивационного управления персоналом [5]. Стимулирующие воздействия на педагогов – упор делается на

использование различных стимулов (как правило, материальных) для повышения их заинтересованности в производительном качественном труде. Мотивационное управление персоналом предполагает целенаправленную воспитательную деятельность руководства внутри образовательного учреждения, сочетающуюся с актуализацией энтузиазма педагогов при их персональной ответственности за порученный участок работы.

Мотивационная среда рассматривается в современных условиях как сложное многоуровневое явление, которое включает несколько аспектов: материальный, организационный, психологический, педагогический, технологический. И каждый из этих аспектов среды наполняется мотивирующими и стимулирующими факторами, что и позволяет говорить о создании мотивационной среды школы. Такая среда обеспечит более высокий уровень качества образования в современном его понимании [1].

Таким образом, мотивационная среда – это среда, обладающая комплексом стимулирующих факторов (материальных, организационных, психологических, педагогических технологических), определяющих высокую мотивацию (систему внутренних побуждений к действию) всех субъектов образовательного процесса (учащихся, педагогов, администрации, родителей, социальных партнеров образовательного учреждения), обеспечивающая повышение качества образования.

Мотивационная среда должна быть:

- адаптивной, чтобы обеспечить адекватную реакцию школы на изменяющиеся условия внешней среды;
- гуманитарной с приоритетом гуманистических духовных ценностей;
- саморазвивающейся, инновационной, динамичной и обновляющейся, чтобы обеспечить качественное образование в постоянно изменяющейся социокультурной ситуации не только за счет адаптации, но и за счет опережающего развитии;
- инновационной;
- динамичной;
- обновляющейся;
- открытой, чтобы использовать педагогический потенциал окружающей среды, родителей, социальных партнеров школы;
- технологичной, чтобы обеспечить гарантированный результат в получении качественного образования, используя современные и информационно коммуникативные технологии, соответствующие современному уровню освоения образовательного процесса;
- комфортной, чтобы противостоять угрозе отчуждения детей и родителей от школы и образования.

В образовательном учреждении необходимо использовать положительные стимулы по отношению к педагогам для формирования у них положительных мотивов, а, следовательно, и положительной мотивации, что приведет к созданию благоприятной мотивационной среды. Чем более богатой, комплексной будет мотивация, чем больше конкретных мотивов

будет сформировано, тем более активным будет педагог в свой деятельности, тем более устойчивым будет у него стремление к успеху.

Руководителю образовательного учреждения в работе с педагогическим коллективом не стоит ориентироваться только на материальные стимулы (премию по итогам работы или определенного периода, ценный подарок, экскурсии и другие виды досуга, корпоративные празднества и вечеринки) или различные формы обеспечения признания труда работников (всевозможные поощрения, повышение квалификационных категорий в результате аттестации, обобщение передового опыта и т.п.), надо развивать систему мотивов:

- мотивы саморазвития, самообразования;
- мотивы самовыражения, самореализации, самоутверждения;
- деловые мотивы (интерес к делу, стремление к качественному выполнению работы);
- мотивы долга и ответственности;
- мотивы успеха (достижение результатов работы);
- коммуникативные мотивы;
- социальные мотивы (подготовка подрастающего поколения к жизни в обществе).

Руководителю необходимо учитывать, что все люди мотивируются разными факторами. Залог успеха состоит в том, чтобы дать сотрудникам то, чего они действительно хотят, к чему стремятся. Факторы, влияющие на стимулирование мотива: похвала, моральное поощрение, порицание, наказание, вознаграждение (материальное), соревнование.

Развивать мотивы можно только в правильно организованной мотивационной среде.

При создании мотивационной среды необходимо учитывать мотивационные установки педагогов: мечту, цель, интересы, наклонности, стремление работать с детьми, склонность к преподавательской деятельности.

Мотивационная среда строится через удовлетворение материальных и социальных потребностей педагогов, через удовлетворение потребностей педагогов в личностном росте и самоактуализации.

Для создания мотивационной среды требуется: система стимулирования педагогов, привлечение их к участию в управлении и планировании, адекватная оценка деятельности педагогов, делегирование полномочий, обеспечение условий для внедрения новшеств в образовательный процесс.

Таким образом, мотивационная среда создается благодаря мотивации работы каждого учителя, это позволяет повышать его профессиональные качества, нацеленные на положительные конечные результаты учебно-воспитательного процесса школы.

Использованные источники:

1. Афанасьева Т.П. Руководство педагогическим коллективом: технологии

диагностики и развития // Менеджмент в образовании. – 2002. - №1,2
2. Жиркова З.С. Проектная деятельность как фактор творческого развития студентов. // Высшее образование сегодня, № 5. 2008 г. – С. 72- 75.
3. Лазарев В.С., Афанасьева Т.П., Елисеева И.А., Пуденко Т.И. Руководство педагогическим коллективом: модели и методы / Пособие для руководителей образовательных учреждений / Под редакцией Лазарева В.С.- М: Центр социальных и экономических исследований, 1995. – 153с.
4. Маркелов В. В. Типологические различия во влиянии некоторых форм педагогического воздействия на формирование двигательных навыков // Темперамент и спорт. — Пермь, 1972. Вып. 1.
5. Потеев М.И. Основы менеджмента в сфере образования. Учебное пособие.- Санкт- Петербург: ИТМО,1994. -134с.
6. Фисин Ю. М. 0 некоторых мотивах устойчивости кадров в педагогическом коллективе среднего ПТУ // Личность в системе коллективных отношений: Тезисы докладов Всесоюзной конференции в г. Курске. – М., 1980.
7.http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site1238/html/media66039/66_zirkova.pdf

Соколова Н.О.
студент
Брыдько В.В.
студент
институт экономики и управления
ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

УПРАВЛЕНИЕ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫМИ ПЕРЕВОЗКАМИ ГРУЗОВ

Транспортировка грузов является важной частью экономической деятельности, связанной с увеличением степени удовлетворения людей и эффективности предпринимательства при помощи изменения географического положения товаров и людей. Ее правильная организация значительно влияет на объем не только внутригосударственного, но и международного грузооборота.

Актуальной проблемой современного мира становится такая организация транспортных потоков, которая обеспечит скорость, качество и безопасность доставки.

В настоящее время наиболее эффективным является использование нескольких видов транспорта в процессе доставки груза, а не одного, как применялось ранее.

Таким видом доставки груза является мультимодальная перевозка - перевозка с использованием нескольких видов транспорта, выполняемая под ответственностью одного перевозчика по единому транспортному документу и по единой сквозной ставке [1].

Стоит отметить, что не существует единого подхода к определению самой мультимодальной или смешанной перевозки. Данное понятие не

закреплено в законодательстве Российской Федерации. Существует лишь понятие «прямое смешанное сообщение» которое трактуется как «перевозки, осуществляемые несколькими видами транспорта по единому транспортному документу, оформленная на весь маршрут следования»

Также существует понятия «интермодальные перевозки», «комбинированные перевозки», «сегментированные перевозки» [2].

Чтобы понять тонкую грань, отличающую интермодальные и мультимодальные перевозки, стоит рассмотреть разницу между ними, которая четко видна на рисунках 1 и 2.

В случае мультимодальной перевозки есть заказчик перевозки и есть оператор перевозки. Заказчик заключает с оператором договор, по которому за всю перевозку разными видами транспорта отвечает оператор.

Интермодальные перевозки обладают ключевым отличием, здесь отсутствует оператор и заказчик заключает договоры напрямую с каждым перевозчиком, ответственным за свой участок.

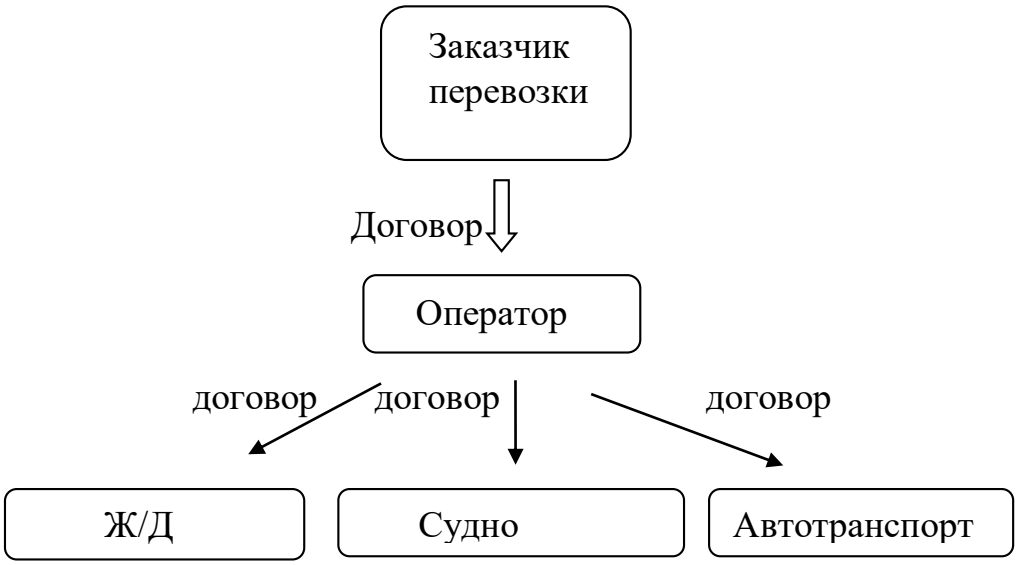


Рис. 1 – Модель мультимодальных перевозок

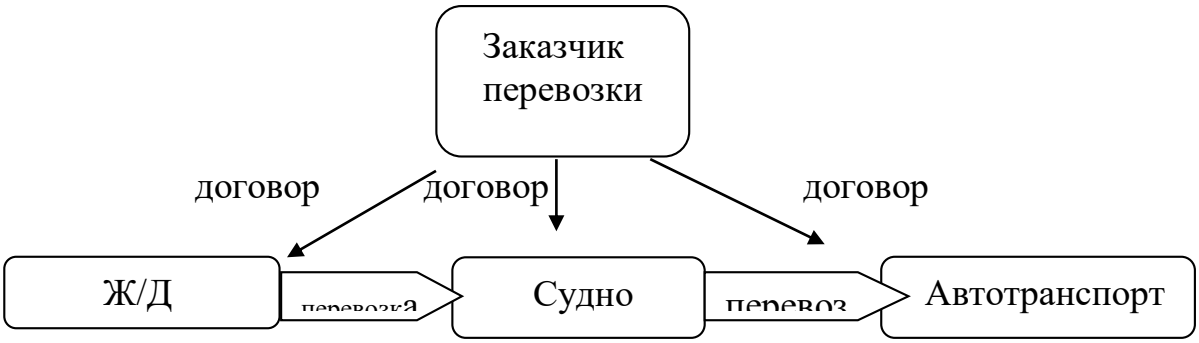


Рис. 2 – Модель интермодальных перевозок

Караваев В.И. [3] определяет мультимодальную перевозку как наивысший по сложности вид перевозки, где используются в различных сочетаниях не менее двух различных видов транспорта, в которой точно просчитаны и согласованны:

1) оптимальная схема и маршрут движения транспорта,
2) время и место подачи транспорта,
3) время и место перегруза товара,
4) обеспеченно временное хранение груза,
5) осуществляет перевозку и несет полную финансовую и юридическую ответственность за данную конкретную перевозку - одна транспортно-экспедиционная компания.

Задачи выбора возможных маршрутов, сочетаний видов транспорта и исполнителей на каждом этапе мультимодальной перевозки представляют собой сложную многокритериальную задачу. Особого внимания заслуживает управление перевозкой негабаритного груза. Каждая перевозка проектного груза - это обширный и индивидуальный комплекс мероприятий, в котором непосредственно само перемещение груза является заключительной частью всей работы [4].

Решение проблемы заключается в тщательном всестороннем рассмотрении вариантов из заданного множества альтернатив, после чего оператором мультимодальной перевозки может быть выбран наиболее выгодный и наименее рисковый вариант.

В качестве риска могут выступать технологические особенности перевозки конкретного груза (условия хранения и условия перевозки на территории конкретного региона и т. п.), а также наличие тех или иных технических средств у того или иного исполнителя этапа на момент оказания услуги.

Для оператора мультимодальных перевозок очень важно рассмотреть всю совокупность инструментов и методов, чтобы принять и разработать верное решение.

Анализируя литературу по данному вопросу и всевозможные методы решения, стоит остановиться на мнении, что наиболее практичным и действенным будет применение метода анализа иерархий. Этот метод, разработанный Томасом Саати в 1970 году, получает все большее распространение в логистике, когда речь идет о выборе поставщиков, перевозчиков, различных схем товародвижения, участков под склад и т. д.

Преимуществом данного метода является возможность использования как количественных, так и качественных критериев [5].

Основные критерии, анализом которых занимаются эксперты

1. Надежность исполнения сроков доставки
2. Предлагаемые тарифы (затраты) на транспортировку
3. Общее время перевозки по указанному маршруту
4. Сохранность груза (утери, хищения груза)

Комплекс отобранных критериев должен отражать взаимные требования между клиентом и оператором мультимодальной перевозки. К таким требованиям можно отнести: надежность, сохранность, своевременность, полнота сервиса со стороны клиента; со стороны оператора мультимодальной перевозки - доходность, рентабельность. Такой метод позволит не только оптимизировать процесс перевозки, но и снизить возможные риски, что в дальнейшем может положительно повлиять на конкурентоспособность предприятия и принесет большую прибыль

Рассматриваемый вид доставки экспортно-импортных товаров, несмотря на сложность, очень популярен.

В мире существует огромное количество отдаленных регионов, где функционируют предприятия, выпускающие востребованную на международных рынках продукцию. В таких случаях использование мультимодальной доставки грузов следует рассматривать как прекрасную возможность развития международных торговых взаимоотношений.

Использованные источники:

1. Абрамов, Д. Проблемы повышения эффективности мультимодальных перевозок в современных условиях развития общества // Research and Technology — step into the future. Latvia. — 2007, vol.2, no 3, секция 5. — Телематика и логистика.

2. Лимонов, Э. Л. Внешнеторговые операции морского транспорта и мультимодальные перевозки / Э.Л. Лимонов. - 3-е изд., перераб. и доп. – Спб: 000 «Модуль», 2006. - 379 с

3. Караваев, В.И. Задача управления мультимодальной перевозкой. // «Речной транспорт. XXI век», 2010, № 2- 44, с. 77–79

4. Ивашина, Н.С. Мультимодальная организация транспортно-логистической цепи проектного груза // Н.С. Ивашина, Г.С. Свиридова // Инновационный Вестник Регион. Научный информационно-аналитический журнал. - 2015. - № 2 (40). – С.64-71.

5. Саати Т.Л. Принятие решений. Метод анализа иеархий –М.: Радио и связи, 2003г.

Соловей Ю.А
аспирант 1 курса
направление подготовки 38.06.01 «Экономика»
Тольяттинский Государственный Университет
Россия, г. Тольятти

ОСНОВЫ ОЦЕНКИ БЮДЖЕТНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматриваются основные показатели оценки бюджетной эффективности, принципы расчета показателей оценки бюджетной эффективности инновационно-инвестиционного проекта.

Ключевые слова: бюджетная эффективность, интегральный бюджетный эффект, чистый дисконтированный доход бюджета,

интегральный бюджетный эффект.

The article examines the main indicators of an assessment of budget efficiency, the principles of calculation of indicators of an estimation of budgetary efficiency of innovative-investment project.

Keywords: budget efficiency, budget integral effect, NPV budget, integrated budgetary effect.

Проектный подход к инновационной и инвестиционной деятельности основывается на принципе денежных потоков. Применяемый подход учитывает фактор времени и фактор риска. Эффективность инновационных проектов определяется на основании «Методических рекомендаций по оценке эффективности инвестиционных проектов и отбору для финансирования».

Инновационный проект – это инвестиционный проект, который предусматривает разработку и применение новых организационно-технологических способов производства. Новыми организационно-технологическими способами производства могут выступать:

- способ производства новых видов продукции;
- внедрение и эксплуатация при производстве существующей продукции новой техники, технологии или материалов;
- внедрение новых форм организации труда и производства;
- новые схемы финансирования предприятий.

При этом каждый способ характеризуется определенным эффектом, получаемом при разнице между затраченными ресурсами и получаемыми результатами.

Поскольку понятие инновационной и инвестиционной деятельности неразрывно связаны, оценка всех видов эффективности инновационных проектов в общем виде соответствует принципам оценки эффективности инвестиционных проектов. При этом необходимо учитывать особенности инновационных проектов при определении поступлений, расходов проектов, создании сценариев реализации проектной деятельности, выявлении ожидаемого эффекта.

Однако, используя общие принципы расчета показателей эффективности инвестиционного проекта, можно лишь установить, станет ли выгодной реализация такого проекта. Между тем, при экономической оценке инновационного проекта, важно отметить следующие вопросы:

1. Увеличивает ли применение новых организационно-технологических способов производства эффективность проекта по сравнению с применением используемых до этого этапа инноваций на предприятии – на этот вопрос позволяет ответить расчет эффективности инновации

2. Необходимо понятие, какое влияние на эффективность существующего проекта оказывают отдельные инновационные компоненты, для этого необходимо рассчитать эффективность инновационных компонент

проекта.

При реализации данных расчетов может быть оценена бюджетная, коммерческая, общественная эффективность инновации и её отдельных компонентов.

Показатели бюджетной эффективности отражают влияние результатов реализации проекта на бюджет всех уровней государства (федеральный, региональный и местный).

При оценке бюджетного эффекта инновационных проектов необходимо сопоставлять результаты с применением новых организационно-технологических способов производства.

В данном случае конец расчетного периода устанавливается как момент прекращения деятельности с использованием инноваций. При расчете бюджетной эффективности необходимо учитывать расходы бюджета на государственную поддержку инновационной деятельности, поступления в бюджет от разработчиков инноваций.

Бюджетный эффект (Бn) определяется как разница между доходами соответствующего бюджета (Дn) над расходами (Рn) в связи с осуществлением проекта.

Бюджетный эффект рассчитывается по формуле:

$$Бn = Дn – Рn.$$

Главный показатель бюджетной эффективности – это чистый дисконтированный доход бюджета. Здесь в качестве основы для расчета показателей бюджетной эффективности используются суммы поступлений в бюджет (в том числе, налоги, сборы и т.п., возврат кредитов и процентов по ним, дивиденды по акциям, которые находятся в собственности региона) и расхода бюджета (например, дотации, субсидии, займы, а также расходы на приобретение акций) [2].

Он рассчитывается по следующей формуле:

$$ЧДДб = \frac{Д}{(1+k)^n} - \frac{P}{(1+k)^n}$$

(Д – денежные средства, являющиеся доходами бюджета и полученные от реализации проекта;

Р – денежные средства, являющиеся расходами бюджета, потраченные на реализацию дела;

k – норма дисконта;

n – порядковый номер периода)

Еще один показатель бюджетной эффективности - интегральный бюджетный эффект, который определяется как сумма приведенных (дисконтированных) годовых бюджетных эффектов за период реализации инновационно-инвестиционного проекта или как превышение интегральных доходов бюджета над интегральными бюджетными расходами [3].

Интегральный бюджетный эффект рассчитывается по формуле:

$$Б = \sum_{N-1}^{N} \frac{Бn}{(1+i)^n}$$

где Бn –	бюджетный эффект n-го года;
i –	ставка дисконтирования, в долях;
n –	период времени, в годах.

Следует отметить, что при анализе бюджетной эффективности инновационно-инвестиционного проекта необходимо учитывать такие факторы:

1. при выполнении инновационного проекта за счет средств бюджета помимо данных показателей эффективности, необходимо учитывать рост доходов бюджета за счет увеличения налоговых платежей;

2. с точки зрения государства, в качестве требуемых критериев может также быть рассмотрена применимость результатов инновационного проекта для государственных нужд (например, в рамках национальных проектов);

3. также в настоящий момент в условиях финансового кризиса, немаловажным фактором, способствующим осуществлению проекта, является обеспечение занятости населения в регионе. Экономическая выгода государства состоит из уменьшения расходов бюджета на выплату пособий по безработице, а также приток налоговых платежей в качестве уплаты работающими налога на доходы физических лиц.

Совокупный эффект от реализации инновационно-инвестиционного проекта состоит из эффектов, которые поступают в бюджет (бюджетная эффективность), в распоряжение предприятия, которое реализует данный проект, в распоряжение инвесторов (коммерческая эффективность), а также народнохозяйственный эффект (социально-экономическая эффективность).

Использованные источники:

1. "Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов" (утв. Минэкономики РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 N ВК 477)

2. Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. Экономическая оценка инвестиционных проектов: учебник. – М.: «Юнити-Дана», 2012. – 311 с.

3. Турманидзе Т.У.Анализ и оценка эффективности инвестиций: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. – М.: «Юнити-Дана», 2014. – 247 с.

Суворова А.П., доктор экономических наук
профессор
кафедра «Менеджмента и бизнеса»
Поволжский государственный технологический университет
Дёмина К.Д.
магистр 2 курса
Институт строительства и архитектуры
Россия, г. Йошкар-Ола

ПРОБЛЕМЫ ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В статье рассматривается понятие договорных отношений в строительстве. Проанализированы проблемы, с которыми сталкиваются участники договорных отношений. Предложены пути решения выявленных проблем.

Ключевые слова: договорные отношения в строительстве, участники договорных отношений, строительная деятельность, договор.

The article discusses the concept of contractual relations in construction. Analyzed the problems faced by the participants of contractual relations. Proposed solutions to identified problems.

Keywords: contractual relations in construction, participants of the contractual relationship, construction activity, contract.

Особенностью сложившихся в рыночной экономике Российской Федерации договорных отношений между всеми участниками строительной деятельности - инвесторами, заказчиками, застройщиками, проектировщиками, подрядными организациями, пользователи строительной продукции, как показывает практика, является неисполнение договорных обязательств.

Суть этой проблемы можно определить как нежелание участников строительной деятельности договариваться об особенностях исполнения договора и ответственности за их нарушение. Существующая на практике унификация договорных отношений приводит к экономическим потерям, которые несут все участники создания и эксплуатации строительной продукции.

В современном законодательстве отсутствует определение понятия «строительная деятельность». Между тем, делаются попытки [4] дать определение этому понятию. Под строительной деятельностью понимается совокупность последовательных, обязательных действий участников строительства, связанных с подготовкой к строительству, с оформлением и согласованием необходимой документации, с непосредственным строительством. Совокупность действий, в свою очередь, требует новых подходов к налаживанию договорных отношений между всеми участниками строительной деятельности.

С юридической точки зрения договорными отношениями признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей. То есть договорные отношения имеют практический смысл лишь в том случае, если стороны определили свои взаимоотношения и установили для себя определенные права и обязанности [1].

С экономической точки зрения, договорные отношения подразумевают обязательственные правоотношения. Результатом договорных отношений является договор как главное средством координирования товарно-денежных связей, определяющий содержание правоотношений, права и обязанности его участников [5].

Существует множество механизмов налаживания договорных отношений, которые могут привести к внесению изменений в договор. Неисполнение или ненадлежащее исполнение договорного обязательства приводит к нарушению субъективных прав кредитора и влечет применение к должнику юридических санкций. [3]

С переходом экономики России на рыночные отношения произошли существенные изменения в строительстве. Это связано с тем, что появились новые формы и методы заключения договоров между участниками строительства. Инвестиционный процесс включает в себя три основных этапа: этап возведения, этап эксплуатации, этап сноса. На каждом из этих этапов возникают разногласия между участниками строительной деятельности.

Практика арбитражного суда показывает, что большая часть разногласий между участниками строительной деятельности возникает по причине неправильного заключения договора подряда, ошибок и разночтений в формулировании важнейших разделов, порядка расчётов, прав и обязанностей сторон. [8]

Если подразделить судебные споры по строительству на группы, можно выделить следующие:

1) споры с заказчиком (отсутствие оплаты со стороны заказчика, не поставка материалов, недобросовестное исполнение своих обязательств по договору; отказ от оплаты дополнительных работ, неправомерный отказ от приемки работ);

2) споры с подрядчиком (ненадлежащее качество работ, нарушение сроков выполнения работ, использование несоответствующих договору строительных материалов, отказ от исправления дефектов в работе);

Иллюстрацией спорных вопросов по первым двум группам может быть вопрос об изменении цены, согласованной сторонами при заключении договора строительного подряда. В частности, это может произойти при возникновении необходимости в проведении дополнительных работ. По общему правилу установленная договором твердая цена изменению не подлежит. Превышение согласованной сторонами твердой стоимости работ по вине подрядчика может быть отнесено на его убытки. Обзор судебной

практики также показывает, что имеют место быть иски о взыскании договорной неустойки по контракту на строительство объектов строительства за несвоевременную оплату выполненных работ. [8]

3) споры с управляющими компаниями;

Иллюстрацией споров по третьей группе выступает вопрос о необоснованных взиманиях уплаты на нужды объектов строительства, который в последнее время все чаще возникает между жильцами многоквартирных домов и управляющими компаниями.[2]

4) споры по договору участия в долевом строительстве.

Изучение судебной практики показало, что существуют факты нарушения прав и законных интересов гражданина, в части уклонения организации от исполнения своих обязательств по оформлению имущественных прав гражданина, имеют место быть иски о взыскании денежных средств, вытекающие из договоров участия в долевом строительстве [7].

Таким образом, проанализированы проблемы развития строительной отрасли в части совершенствования договорных отношений, выявлены проблемы и предложены пути их решения в ближайшей перспективе:

- приступить к разработке современной нормативной базы в текущем уровне цен на новые виды работ, обусловленные внедрением новых технологий, материалов, конструкций;
- дальнейшего совершенствования методики формирования договорной цены;
- контроль за надлежащим исполнением договорных обязательств.

Перечисленные меры пусть и не решат всех проблем, но дадут возможность задать верное направление на пути к совершенствованию системы договорных отношений в строительной деятельности.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (от 02.11.2013)// Государственная Дума.-1994.-21.10.-С. 420, 696.
2. Жилищный кодекс Российской Федерации: федер. закон от 29.12.2004 № 188-ФЗ // Государственная Дума.-24.12.2004.-С.169.
3. Болотова, Ю. В. Правовое регулирование договорных отношений: Автореф. дис. канд.юр.наук. - М.,2012. -22 с.
4. Ганеев Р.Р. Правовое регулирование строительной деятельности. Научный журнал «Актуальные проблемы экономики и права». 2011. № 2. С. 172-175.
5. История сметного дела [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www/URL: http://www.allsmety.ru/Polezno_znat/istoria_smetnogo_dela - 20.10.2015 г.
6. Коротков Д. Ю., Чулков В. О. Жизненный цикл строительного объекта. Мир науки. Научный интернет-журнал. 2013. № 1. с. 1-7.
7. Обзор практики разрешения судами споров, возникающих в связи с участием граждан в долевом строительстве [Электронный ресурс]. - Режим

доступа: www/URL: http://realtist.ru/fas2/514F011438F0049 E44257C3E006860C1.html 14.11.2015.
8. Судебные споры в строительстве: обзор практики. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www/URL: https://ceur.ru/ news/item196800/ 14.11.2015 г.

Устюжанцева А.Н.
студент 4 курса
Хромцова Л.С., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Югорский Государственный Университет
Российская Федерация, г. Ханты-Мансийск

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ «ЗОЛОТОЕ ПРАВИЛО ЭКОНОМИКИ» (НА ПРИМЕРЕ ООО «НЯГАНСКИЕ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СЕТИ»)

Аннотация: В данной статье оценивается экономический потенциал предприятия на основе модели «золотое правило экономики», используется динамический норматив для проведения диагностического анализа организации и определения её экономической эффективности.

Ключевые слова: золотое правило экономики, коэффициент развития, коэффициент ранговой корреляции, банкротство организации.

Рыночная экономика представляет собой сложный механизм взаимодействия производителей и потребителей и состоит из большого числа производственных, финансовых, коммерческих и информационных структур. Рынок предъявляет определенные требования к субъектам хозяйствования в плане организации и реализации того или иного вида бизнеса.

Прибыль выступает в качестве основной цели и результирующего показателя финансово-хозяйственной деятельности организации. Каждый хозяйствующий субъект самостоятелен в выборе бизнеса, определении номенклатуры и ассортимента, затрат и выручки, что позволяет выявить прибыль или убыток по результатам деятельности [1]. Однако показатель прибыли (убытка) не всегда позволяет достоверно оценить экономическую эффективность организации.

Существует оценка эффективности деятельности предприятия, которая направлена на быстрое выявление отклонений от нормального хода развития предприятия при помощи сопоставления темпов роста показателей, оценивающих результативность деятельности предприятия.

Любое предприятие, вне зависимости от того, что оно производит – продукцию или услуги, работает по замкнутому циклу: производство продукции и услуг – их продажа – получение прибыли – расширение производства продукции и услуг. Общую оценку прогрессивности развития предприятия даёт модель, называемая золотым правилом экономики, которое позволяет оценить экономический потенциал предприятия по трем

критериям, характеризующим этот цикл: показатели темпа роста валовой прибыли (Тпр), темпа роста объёмов выручки от продажи (Тв) и темпа роста стоимости активов (капитала) (ТобА) предприятия [1].

При этом предприятие признается эффективно функционирующим, если одновременно соблюдаются следующие условия:

1. Темп изменения прибыли выше 100% (т.е. наблюдается прирост);
2. Темп роста прибыли выше темпа увеличения выручки;
3. Темп увеличения выручки выше темпа прироста активов, то есть:

$$\text{Т}_{\text{пр}} > \text{Т}_{\text{в}} > \text{Т}_{\text{обА}} > 100\% \qquad (1)$$

Именно такое соотношение означает, что:

1. Экономический потенциал предприятия увеличивается (рост активов);
2. Объем реализации возрастает опережающими темпами, т.е., активы используются все более эффективно;
3. Прибыль растет быстрее, чем выручка, что говорит об относительном снижении издержек.

С точки зрения системного похода, когда выделяются начальные, промежуточные и конечные показатели, возможно следующее соотношение темпов роста показателей:

$$\text{Т}_{\text{кон}} > \text{Т}_{\text{пром}} > \text{Т}_{\text{нач}} > 100\% \qquad (2)$$

Соблюдение представленных соотношений свидетельствует об эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации, формировании положительных тенденций развития. Подобное упорядочивание (ранжирование) показателей называется эталонным рядом темпов роста (динамическим нормативом). Такой поход позволяет применить механизм ранговой корреляции [2].

С использованием динамического норматива диагностический анализ будет проводиться в следующей последовательности:

1. Определение совокупности показателей, на основе которых будет сформирован динамический норматив;
2. Формирование эталонного ряда темпов роста показателей;
3. Расчет параметров изменения фактических показателей и их ранжирование на основе соотношений темпов роста;
4. Статистическая обработка фактических рангов показателей на основе расчета коэффициентов ранговой корреляции Спирмена и Кендалла и обобщающего коэффициента развития (Кразв.):

$$\text{К}_{\text{разв.}} = \frac{(1+\rho)\times(1+\tau)}{4}, \qquad (3)$$

где:

ρ – коэффициент Спирмена;

τ – коэффициент Кендалла.

Ранговые коэффициенты Спирмена и Кендалла относятся к непараметрическим методам. В их основу положен принцип нумерации

значений ряда показателя. При использовании коэффициентов корреляции рангов коррелируются не сами значения показателей, а только номера их мест, которые они занимают в каждом ряду значений [3].

Коэффициент Спирмена находится по следующей формуле:

$$\rho = 1 - \frac{6 \times \sum d^2}{n \times (n^2 - 1)}, \quad (4)$$

где:

d – разность рангов каждой пары значений *x* и *y*;

n – число наблюдений.

Коэффициент Кендалла имеет вид:

$$\tau = 1 - \frac{4 \times Q}{n \times (n - 1)}, \quad (5)$$

где:

Q – суммарное число наблюдений, следующих за текущими наблюдениями с меньшим значением рангов *x* (равные ранги не учитываются).

Для проведения диагностического анализа предприятия рассмотрим показатели финансово-хозяйственной деятельности общества с ограниченной ответственностью «Няганские газораспределительные сети» (далее ООО «НГРС»), осуществляющего свою деятельность в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, за 2012-2014 гг.

ООО «НГРС» создано для осуществления коммерческой деятельности, обеспечивающей извлечение прибыли и расширение рынка товаров и услуг. Основными видами деятельности данной организации являются распределение газообразного топлива, транспортирование по трубопроводам газа, деятельность по обеспечению работоспособности тепловых сетей и котельных, производство общестроительных работ по прокладке местных трубопроводов.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности ООО «НГРС» за 2012-2014 гг.

Показатель	Обозначения	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Темп роста, %	
					2013 г/2012 г	2014 г/2013г
Выручка от продажи, тыс. руб.	В	66 406	67 748	61 269	102	90,4
Прибыль от продажи, тыс. руб.	П	6 174	1 518	185	24,6	12,2
Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	ОА	30 214	32 577	42 257	107,8	129,7
Среднегодовая		7 202	8 426	8 049	117	95,5

стоимость основных средств, тыс. руб.	ОС					
Численность персонала, чел.	Ч	67	68	73	101,4	107,4

Источник: Бухгалтерский баланс ООО «НГРС» и «Отчет о прибылях и убытках» за 2012-2014 гг.

Эталонный ряд темпов роста (динамический норматив) в данном случае будет иметь вид:

$$Т_п > Т_в > Т_{обА} > Т_{ОС} > Т_{ч.} \quad (6)$$

Фактическое соотношение темпов роста (%) в 2013 году по сравнению с 2012 годом выглядит следующим образом:

$$Т_{ОС}(117) > Т_{обА}(107{,}8) > Т_в(102) > Т_ч(101{,}4) > Т_п(24{,}6) \quad (7)$$

То есть в 2013 году наблюдается снижение эффективности деятельности организации (сокращение темпов роста прибыли по сравнению с выручкой и активами), что обусловлено опережением роста цен на исходные ресурсы (сырье, материалы, полуфабрикаты, продукцию) над ростом цен на конечную продукцию (работу, услугу).

Фактическое соотношение темпов роста (%) в 2014 году по сравнению с 2013 годом имеет вид:

$$Т_{обА}(129{,}7) > Т_ч(107{,}4) > Т_{ОС}(95{,}5) > Т_в(90{,}4) > Т_п(12{,}2) \quad (8)$$

Сложившиеся ситуация в 2014 году характеризуется ростом затрат (темп роста выручки опережает темп роста прибыли) и снижением фондовооружённости труда (более высокие темпы роста численности персонала по сравнению с темпами роста основных средств).

По темпам роста можно выразить ранги показателей (таблица 2).

Таблица 2 – Рейтинг показателей хозяйственной деятельности организации по темпам роста

Показатель	Эталон	Фактический ранг	
		2013 г./ 2012 г.	2014 г./ 2013 г.
Прибыль от реализации, тыс. руб.	1	5	5
Выручка, тыс. руб.	2	3	4
Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	3	2	1
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	4	1	3
Численность персонала, чел.	5	4	2

Рассчитаем коэффициенты ранговой корреляции за период 2012-2013 гг.:

1. Ранговый коэффициент Спирмена:

$$\rho = 1 - \frac{6 \times \sum 28}{5 \times (25-1)} = -0{,}4. \quad (9)$$

2. Ранговый коэффициент Кендалла:

$$\tau = 1 - \frac{4\times4}{5\times(5-1)} = 0{,}2. \quad (10)$$

На основании полученных коэффициентов определим коэффициент развития:

$$К_{разв.} = \frac{(1-0{,}4)\times(1+0{,}2)}{4} = 0{,}18. \quad (11)$$

Коэффициент развития изменяется в пределах от 0 до 1:

[0;0,3] – указывает на спад деятельности предприятия;

[0,31–0,7] – характеризует не оптимальный (средний) уровень развития предприятия;

[0,71–1] – характеризует высокий уровень развития предприятия [2].

Полученное значение коэффициента развития (0,18) характеризует спад деятельности ООО «НГРС».

Рассчитаем коэффициенты ранговой корреляции за период 2013-2014 гг.:

1. Ранговый коэффициент Спирмена:

$$\rho = 1 - \frac{6\times\sum 34}{5\times(25-1)} = -0{,}7. \quad (12)$$

2. Ранговый коэффициент Кендалла:

$$\tau = 1 - \frac{4\times3}{5\times(5-1)} = 0{,}4. \quad (13)$$

На основании полученных коэффициентов определим коэффициент развития:

$$К_{разв.} = \frac{(1-0{,}7)\times(1+0{,}4)}{4} = 0{,}11. \quad (14)$$

Полученное значение коэффициента развития (0,11) также характеризует спад деятельности предприятия, что служит основанием для проведения политики повышения эффективности основной деятельности ООО «НГРС»: наиболее рациональное и эффективное использование основных фондов, материальных, трудовых и финансовых ресурсов, устранение излишних издержек и потерь, уменьшение себестоимости оказанных услуг и, как следствие, рост прибыли организации.

Таким образом, оценку эффективности деятельности предприятия на основе модели «золотое правило экономики» необходимо использовать при разработке организационно-управленческих мероприятий по недопущению банкротства предприятия. Осуществление постоянного мониторинга финансового состояния организации в целях раннего обнаружения признаков его кризисного развития является первым этапом формирования и реализации политики антикризисного финансового управления предприятием при угрозе банкротства.

Использованные источники:

1. Макарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности / Э.А. Макарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Макарьян. – М.: КНОРУС, 2008. – 552 с.
2. Мельник М.В. Теория экономического анализа: учебник для магистров / М.В. Мельник, В.Л. Поздеев. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 216 с.
3. Федосеев В.В. Математическое моделирование в экономике и социологии

труда. Методы, модели, задачи: учеб. пособие. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

Устюжанцева А.Н.
студент 4 курса
Арасланов Р.К., к.э.н.
научный руководитель, доцент
Югорский Государственный Университет
Российская Федерация, г. Ханты-Мансийск

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ (НА ПРИМЕРЕ ООО «НЯГАНСКИЕ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СЕТИ»)

Аннотация: В данной статье рассматривается анализ эффективности хозяйствования одной из газораспределительных компаний Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на основе анализа финансовых результатов деятельности и факторного анализа её рентабельности. Выявляются причины, оказывающие влияние на финансовые результаты газораспределительной компании, предлагаются пути увеличения показателей прибыли и рентабельности деятельности.

Ключевые слова: газораспределительная деятельность, естественные монополии, прибыль, рентабельность, выручка, факторный анализ рентабельности.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра (далее ХМАО-Югра) является самым крупным в Российской Федерации нефтегазоносным регионом и занимает 2 место по такому экономическому показателю как добыча газа. В округе действует 8 газоперерабатывающих предприятий, однако до 2009 года остро стояла проблема газоснабжения по причине разрозненности газораспределительных организаций и их координации, что приводило к неэффективной разгрузке газораспределительных станций и газопроводов, разнообразию в тарифах на услуги данных предприятий.

Решением указанных проблем послужило создание единой газораспределительной организации, основным учредителем которой выступает ОАО «Межрегионгаз». Именно она координирует деятельность всех газораспределительных компаний округа, проводит единую эффективную экономическую политику и формирует единый тариф на транспортировку газа на всей территории ХМАО-Югры.

Проведённая реформа создания единой газораспределительной сети обеспечивает безопасность и надёжность объектов газового хозяйства, бесперебойное снабжение потребителей природным газом по единым ценам, приемлемым для населения.

Однако изменения в системе газоснабжения оказывают влияние не только на покупателей газа, но и на финансовые результаты организаций, осуществляющих обслуживание газораспределительных сетей.

Основной целью и результирующим показателем финансово-хозяйственной деятельности компаний выступает прибыль. Каждый хозяйствующий субъект самостоятелен в выборе бизнеса, определении номенклатуры и ассортимента, затрат и выручки, что позволяет выявить прибыль или убыток по результатам деятельности. Объединение газораспределительных компаний в единую сеть ограничивает их в самостоятельном определении некоторых показателей, влияющих на конечный финансовый результат.

Кроме того, прибыль организаций через систему налоговых платежей позволяет формировать доходную часть государственного бюджета всех уровней, тем самым создавая базу экономического развития государства в целом. Таким образом, обеспечивая интересы государства, собственников, а также персонала организаций, прибыль является одним из важнейших показателей оценки эффективности деятельности предприятий в условиях рыночной экономики [1].

Прибыль, являясь финансовым результатом, позволяет также рассчитать индикатор доходности финансово-хозяйственной деятельности – показатель рентабельности.

Высокий уровень рентабельности дает преимущество любой компании в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков, что определяет конкурентоспособность, а также степень его независимости от резкого изменения рыночной конъюнктуры.

В связи с этим, вопросы экономического анализа финансовых результатов, а именно прибыли и уровня рентабельности, с целью выявления резервов для их повышения приобретают важное значение.

Большинство газораспределительный компаний в ХМАО-Югре являются естественными монополиями в том или ином населённом пункте. Одной из таких организаций является общество с ограниченной ответственностью «Няганские газораспределительные сети» (далее ООО «НГРС»), осуществляющее свою деятельность в городе Нягани.

ООО «НГРС» создано для осуществления коммерческой деятельности, обеспечивающей извлечение прибыли и расширение рынка товаров и услуг. Основными видами деятельности данной организации являются распределение газообразного топлива, транспортирование по трубопроводам газа, деятельность по обеспечению работоспособности тепловых сетей и котельных, производство общестроительных работ по прокладке местных трубопроводов [4].

Рассмотрим основные показатели финансово-хозяйственной деятельности данной организации.

Сравнительный анализ экономических показателей ООО «НГРС» позволяет сделать следующие выводы: выручка предприятия в 2013 году относительно 2012 года увеличилась на 1 342 тыс. руб. или на 2%, в то время как расходы по обычным видам деятельности сократились на 10 % и составили 66 230 тыс. руб. В 2014 году выручка ООО «НГРС» составила

61 269 тыс. рублей, что на 9,6 % меньше, чем в 2013 году, а расходы составили 61 084 тыс. руб., что на 7,8 % меньше, чем в 2013 году. В целом выручка организации за анализируемый период уменьшилась на 7,7 %, а себестоимость возросла на 1,4 % (рисунок 1).

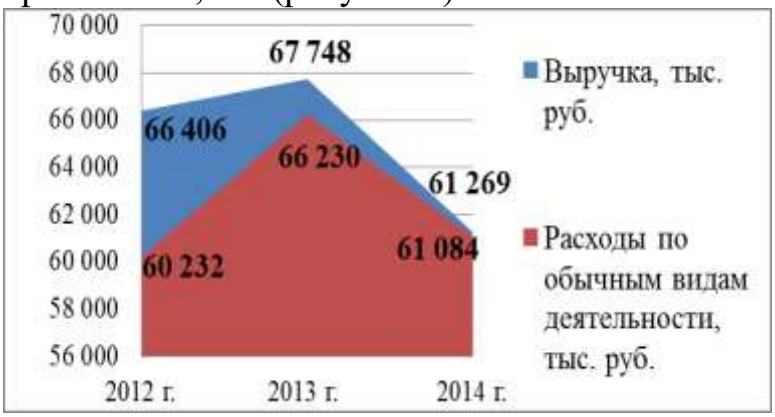


Рисунок 1 – Объемы выручки и себестоимости оказания услуг, тыс. руб.

Анализ уровня и динамики прочих доходов и расходов согласно рисунку 2 позволил отметить, что прочие доходы деятельности превышали прочие расходы в 2012 г. и 2014 г. В 2013 г. отметился рост расходов на 10,6 % и уменьшение доходов на 10,4 %. В 2014 г. произошло уменьшение прочих доходов на 57,4 %, а прочих расходов – на 85,8 % относительно 2013 года.

За анализируемый период прочие доходы уменьшились на 61,8 % и составили 1 979 тыс. руб., а прочие расходы – на 84,3 % и составили в 2014 году 675 тыс. руб.

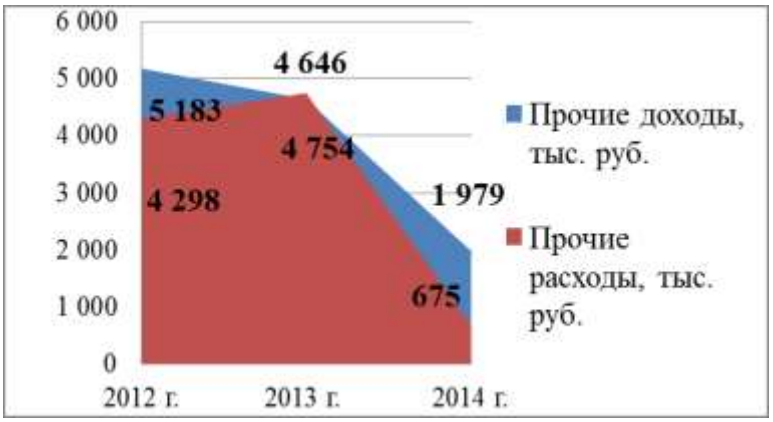


Рисунок 2 – Объёмы прочих доходов и расходов предприятия, тыс. руб.

Анализируя различные виды прибыли (рисунок 3) можно сделать следующие выводы: валовая прибыль с 2012 г. по 2013 г. сократилась в 4 раза и составила 1 518 тыс. руб.; в 2014 году она равна 185 тыс. рублей, что на 87,8 % меньше, чем в 2012 г. Уменьшение прибыли за период 2012-2014 гг. на 97 % характеризует неблагоприятное экономическое положение организации [3].

Рисунок 3 – Объемы прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли, тыс. руб.

В 2013 году прибыль до налогообложения составила 1 410 тыс. руб., что на 79,5 % меньше, чем в 2012 г. В 2014 г. прибыль организации до налогообложения увеличилась по сравнению с 2013 г. на 79 тыс. руб. или 5,6 % и составила 1 489 тыс. руб.

Анализируя чистую прибыль организации, можно говорить о тенденции к её снижению. По сравнению с 2012 годом, в 2013 году она сократилась в 7,5 раз и составила всего лишь 685 тыс. руб. Валовая прибыль при этом была равна 1 518 тыс. руб., но за счет роста прочих расходов показатель чистой прибыль меньше валовой на 45 %. В 2014 г. чистая прибыль осталась неизменной по сравнению с 2013 годом за счет роста прочих доходов и составила 632 тыс. руб.

Таким образом, анализ основных показателей экономической деятельности ООО «НГРС» показал, что основная деятельность приносит организации незначительную прибыль. Основную доходность компании приносит осуществлении прочих видов деятельности (розничная торговля санитарно-техническим оборудованием, оптовая торговля прочим жидким и газообразным топливом, водопроводным и отопительным оборудованием).

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются и уровнем рентабельности, так как абсолютные показатели прибыли не всегда дают четкое представление об эффективности деятельности коммерческих организаций, так как одни и те же суммы прибыли могут быть получены в различных экономических условиях [1].

Рентабельность отражает уровень прибыльности или доходности. Показатели рентабельности – это относительные показатели, позволяющие соизмерять полученный экономический эффект с показателями условий хозяйствования.

Одним из основных показателей, отражающих результативность основной деятельности организации, является рентабельность продаж (реализации). Значение показателя рентабельности производственной деятельности отражает отдачу на 1 руб. производственных расходов. Его также называют коэффициентом эффективности управления, поскольку его

значение полностью зависит от себестоимости продукции, а ведь именно в снижении себестоимости продукции прежде всего проявляется эффективность управления производством [2].

Анализ уровня и динамики показателей рентабельности основной деятельности целесообразно проводить из расчета таких показателей экономического эффекта как валовая прибыль и чистая прибыль. В ООО «НГРС» валовая прибыль равна прибыли от продаж в связи со спецификой организации.

Рентабельность оказания услуг, рассчитанная по валовой прибыли, отражает величину валовой прибыли, приходящейся на 1 руб. выручки от продаж.

Резкое снижение рентабельности, рассчитанной по валовой прибыли, произошло в 2013 г., когда она составила 2,2 % против 9,3 % в 2012 г. В 2014 г. она снизилась ещё на 84,6 % и составила 0,3 %. С 2012 г. возникла тенденция к уменьшению показателя рентабельности – он сократился к 2014 году на 96,8% (Рисунок 4).

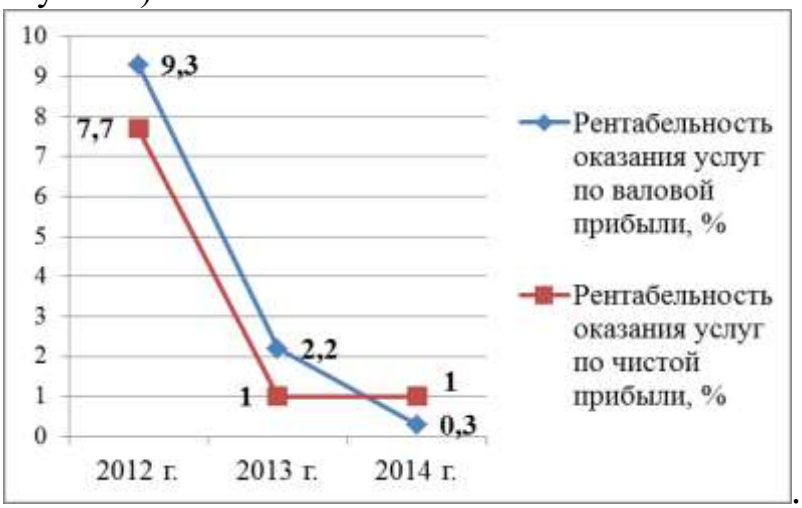


Рисунок 4 – Рентабельность оказания услуг, %

Рентабельность оказания услуг, рассчитанная из чистой прибыли, показывает величину чистой прибыли в выручке.

Анализ уровня и динамики рентабельности продаж по чистой прибыли выявил, что показатель рентабельности снизился в 2013 году на 87% и составил 1%. В 2014 году данный показатель остался неизменным.

Таким образом, анализ рентабельности основной деятельности ещё раз доказал, что значительное влияние на рентабельность предприятия оказывает чистая прибыль, а не валовая, что говорит о большей доходности от прочих видов деятельности, нежели от основной.

Моделирование показателя рентабельности производственной деятельности направлено, прежде всего, на выявление влияния отдельных элементов расходов и их соотношения:

$$Р_П = \frac{П_в}{С} = \frac{П_в}{(М + ОТ + И + З_п)}, \text{где:}$$

$П_в$ – валовая прибыль,

С – себестоимость,
М – сумма материальных производственных затрат,
ОТ – затраты на оплату труда и отчисления на соиальные нужды,
И – амортизационные отчисления,
$З_п$ – прочие производственные затраты[3] .

Факторный анализ этой модели позволяет выявить наиболее объемные элементы затрат на производство продукции и их влияние на изменение рентабельности производственной деятельности, что служит источником изыскания резервов для снижения себестоимости продукции и повышения эффективности деятельности.

Таблица 1 – Анализ влияния факторов на изменение показателя рентабельности услуг

№ п/п	Показатели	2013 г.	2014 г.	Изменение (+,-)
1	Валовая прибыль, тыс. руб.	1 518	185	-1 333
2	Себестоимость, тыс. руб., в том числе:	66 230	61 084	-5 146
2.1	материальные производственные затраты, тыс. руб.	10523	7610	-2 913
2.2	затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды работников, занятых в сфере производства, тыс. руб.	44937	37953	-6 984
2.3	амортизационные отчисления по основным средствам и нематериальным активам, используемым для производства, тыс. руб.	1256	1630	374
2.4	прочие производственные затраты, тыс. руб.	9514	13890	4 376
3	Рентабельность производства, %	2,29	0,30	-1,99
4	Влияние факторов на изменение рентабельности производства – всего	х	х	- 1,99
	в том числе за счет:	х	х	
4.1	валовой прибыли	х	х	-2,013
4.2	материальных производственных затрат	х	х	0,013
4.3	затрат на оплату труда и отчисления на социальные нужды	х	х	0,036
4.4	амортизационных отчислений	х	х	-0,002
4.5	прочих производственных затрат	х	х	-0,023

Анализ влияния факторов на изменение рентабельности производства (таблица 1) показал, что в отчетном периоде произошло уменьшение

показателя рентабельности основной деятельности на 1,99 %. Наибольшее влияние на такое уменьшение оказало сокращение показателя валовой прибыли (2,013 %), что отрицательно характеризует результаты текущей деятельности, обосновывает неправильное соотношение определяемой заранее на весь срок договора оказания газораспределительных услуг выручки и формируемой себестоимости.

Отрицательно воздействовали на значение показателя рентабельности значения структурных составляющих себестоимости. Так, расходы по амортизации имущества способствовали снижению показателя рентабельности на 0,002 %, расходы на прочие производственные затраты – на 0,023 %.

На основе проведённого анализа можно сделать вывод, что на сокращение величины прибыли предприятия оказывает уменьшение выручки в отчетном году по сравнению с предыдущими годами. Однако оптимизировать данный показатель невозможно в связи с тем, что предприятие является естественной монополией по транспорту газа в городе Нягани и тарифы на данный вид услуг устанавливаются Федеральной службой по тарифам Российской Федерации, что в свою очередь не позволяет увеличить выручку. Следовательно, предприятие может увеличить прибыль только посредством уменьшения себестоимости услуг.

Однако факторный анализ показал, что элементы затрат, входящие в себестоимость, на уменьшение рентабельности деятельности предприятия практически не влияют, а значит, уменьшение себестоимости предоставляемых услуг данной компании является нецелесообразным.

Таким образом, рассмотрев эффективность финансово-хозяйственной деятельности газораспределительных компаний ХМАО–Югры на примере ООО «НГРС», можно сделать вывод, что контроль за осуществлением газораспределительных услуг компаний округа со стороны ОАО «Межрегионгаз» и Федеральной службы по тарифам Российской Федерации, отрицательно сказывается на финансовых результатах предприятий отрасли газоснабжения ввиду невозможности данных компаний самостоятельно регулировать объёмы выручки от реализации посредством изменения уровня цен.

Использованные источники:

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: учебник / под ред. проф. В.А. Позднякова. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 617 с.
2. Макарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности / Э.А. Макарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Макарьян. – М.: КНОРУС, 2008. – 552 с.
3. Орлова Т.М., Практикум по комплексному экономическому анализу хозяйственной деятельности [Текст] : учеб. пособие для студентов / Т. М. Орлова. - Москва : КноРус, 2010. - 248, [2] с.
4. Устав ООО «Няганские газораспределительные сети».

Черномырдина С.О.
магистрант 1 курса
факультет «Сервис и технологии»
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
Донской государственный технический университет
Россия, г. Шахты

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Аннотация: В работе проанализированы основные проблемы, встречающиеся в разных сферах процесса управления организацией. Предложены возможные способы выявления, решения и предотвращения проблем в координации работы предприятия.

Ключевые слова: организация, управление предприятием, маркетинговая политика, инновации на предприятии.

Abstract: The paper analyzes the main problems encountered in different areas of management of the organization. The possible ways to identify, solve and prevent problems in coordinating the work of the enterprise.

Keywords: organization, enterprise management, marketing strategy, innovation in the enterprise.

В условиях рыночной экономики предприятие нуждается в решении задач управления на качественно новом уровне. Необходимость оперативного реагирования на конъюнктуру рынка и быстро меняющуюся экономическую ситуацию требует перестройки внутренней микроэкономики предприятия, постановки управленческого учета, оптимизации процессов управления. Управление предприятием всегда должно иметь некоторую цель, в противном случае этот процесс становится просто бессмысленным.

Актуальность данного исследования состоит в анализе особенностей и проблем в процессе управления организацией, в решении комплекса взаимосвязанных проблемных ситуациях на предприятии.

Если проанализировать деятельность предприятий и организаций можно сделать вывод о том, что в современных условиях все большее значение приобретают стратегия и качество управления предприятием. На сегодняшний день любая организация осуществляет свою деятельность в условиях достаточно жесткой конкуренции и нестабильной внешней среды. Поэтому многие предприятия сталкиваются с одинаковыми вопросами, которые зачастую являются барьерами для дальнейшего развития. В данной работе рассмотрены стандартные проблемы, встречающиеся в организациях и возможные пути их разрешения.

Управленческая проблема представляет собой сложную задачу, требующую своего понимания, изучения, оценки и решения. Управленческие проблемы классифицируются по следующим признакам:

– степень важности и срочности;

– масштабы последствий, в случаях принятия или непринятия решений, и численность организаций и лиц, которых затрагивают данные проблемы;

– возможность решения проблемы с наименьшими затратами и в оптимальные сроки;

– степень риска, связанного с решением данной проблемы, и возможность возникновения новых проблем на этой основе;

– степень структуризации и формализации, возможность выражать проблему в количественных и качественных показателях и т. д.[1]

Фундаментальной проблемой современной экономики является повышение уровня конкурентоспособности предприятия, оптимизация его функционирования и элементарное выживание в рыночной среде. От её решения во многом зависит качество производственных процессов, доходность предприятий, их адаптация к рыночным условиям и последующий экономический рост.

В современных условиях, когда отраслевые рынки поделены между его участниками, стоит обратить внимание на изучение отдельных рыночных сегментов и выявление резервов конкурентоспособности за счет четкой целевой ориентации производства на требования конкретных потребителей.

Наряду с проблемой правильного выбора целевого сектора и его сегмента, важное значение имеет оценка условий деятельности на данном рынке.

К тому же, в настоящее время на первый план выходит проблема управления персоналом, его образовательный и квалификационный уровень. Эта проблема достаточно часто не позволяет эффективно решать стоящие перед предприятием проблемы значимого характера. Технико-экономическое развитие предприятия в современном быстро меняющемся технологическом мире во многом зависит от качества его трудовых ресурсов и инвестиций в человеческий капитал с целью повышения этого качества и усиления интереса людей к творчеству, инновациям и адаптации к новым технологиям.

Когда предприятие только начинает зарождаться и устанавливаться на рынке, появляется проблема стратегического характера и планирование развития деятельности данного производственного субъекта. Управленческой задачей в этой области является разработка единой маркетинговой стратегии и стратегии развития предприятия, включающей анализ положения предприятия на рынке, его финансово-хозяйственной деятельности, выявление ключевых внутренних и внешних проблем предприятия и разработку оптимальных способов их решения. Этот комплекс вопросов является основополагающим для любого предприятия, но без установки на его решение невозможно добиться конкурентоспособности на рынке. Как следствие, появляется масса тактических задач, решение которых становится ежедневным процессом [2].

Кроме того, многие предприятия сталкиваются ещё и с маркетинговыми проблемами. Организация процесса маркетинговых исследований необходима для каждого предприятия, как методология

работы на любом рынке. Рекламу следует рассматривать как составную часть большого органического единства общества и системы предпринимательства.

Существует еще проблемы инновационного характера. Многие организации сейчас переходят на инновационный путь развития, который рассматривается как инструмент повышения эффективности функционирования предприятия. Любое нововведение, его внедрение и распространение тесно взаимосвязаны, это единый процесс. Фирмы, осуществляющие нововведения, вынуждены постоянно вносить усовершенствования во внедряемые новшества: недостаточно только привнести на рынок нововведения и получить первую коммерческую выгоду от новой технологии, важно обеспечить распространение нововведения и поддержать новизну изделия [3]. Следовательно, проблемы предприятия зависят от производственной деятельности, в ходе которой постоянно осуществляется внедрение новых разработок, часто ориентированных на будущие потребности потенциального покупателя, совершенствование выпускаемой и замену морально устаревшей продукции и производственных процессов.

Для того чтобы избежать большинства проблем, предприятие должно быть достаточно гибким и уметь приспосабливаться к изменениям внешних и внутренних экономических условий. Объемы производства и реализации предоставляемых товаров и услуг – это обобщающие показатели жизнестойкости предприятия, отражающие его умение эффективно использовать и развивать свой производственный, научно-технический, трудовой и финансовый потенциал. Эти факторы сводятся к оценке конкурентоспособности предприятия, результаты которой являются основой для анализа причин неблагоприятных тенденций в ее уровне и динамике, а также при отработке корректирующих мер в формировании или реформировании стратегии предприятия [4].

Таким образом, решение стоящих перед предприятием проблем в вопросах управления сбытом, снабжением и персоналом в итоге представляет систему решений комплекса взаимосвязанных конкретных проблемных ситуаций. И только когда проблемная ситуация детально «расчленена» для конечного анализа, можно сделать конкретные выводы по её принципиальному решению. Далее осуществляется разработка предложений по эффективному распределению и использованию всех ресурсов – материальных, финансовых, трудовых. Следующим этапом на основе проведенных прогнозов развития рынков выпускаемой продукции, оценки потенциальных рисков, проведенного анализа финансово-хозяйственного состояния и эффективности управления предприятием, а также анализа его сильных и слабых сторон, является разработка целостной стратегии развития предприятия. Тем самым создаются оптимальные условия для принципиального решения стоящих проблем, для перехода управления предприятия от реактивной формы (принятия управленческих решений как

реакции на текущие проблемы) к форме управления на основе анализа и прогнозов. В итоге в соответствии с выбранной стратегией поведения предприятия определяется взаимосвязанная система, направленная на решение производственных проблем и возможное их исключение.

Для того чтобы избежать проблем в снабженческо-сбытовой политике следует выбрать верную маркетинговую стратегию и тактику на всем протяжении от появления продукции до ее продажи, послепродажного обслуживания; мониторинг оперативной информации о рынке; осуществить переход на прямые поставки продукции; создать сбытовую сеть. Исследование и рациональная организация существующих сетей снабжения и систем сбыта невозможна без анализа потребительских свойств выпускаемой (реализуемой) предприятием продукции и требований, предъявляемых к ней покупателями, без организации наглядной рекламы, без увеличения эффективности снабжения материально-техническими ресурсами, выраженной в принципиальной альтернативности поставок, без стимулирования сбыта.

При проблемах, касающихся производственно-технологической и инновационной политики нужно постараться минимизировать издержки производства, привести качество продукции в соответствие с запросами потребителей, создать оптимальную систему обеспечения сервисных служб, повысить конкурентоспособность на базе совершенствования производимой продукции и действующей технологии производства, по возможности создать принципиально новый продукт и производство.

В ценовой политике необходимо установить цены на продукцию предприятия в рамках политики управления ее сбытом в целях достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и оптимального уровня прибыли. Также следует обратить внимание и на ценовую политику – определить общий объем инвестиций предприятия и способы рационального использования накоплений, сочетания различных источников финансирования.

Во избежание проблем в кадровой политике, следует сформировать идеологию и принципы кадровой работы; осуществить планирование ротаций, привлечение, отбор и высвобождение работников; организовать работу и руководство кадрами; ввести повышение квалификации и подготовку работников предприятия; внедрить систему стимулирования их деятельности; развивать социальное партнерства в коллективе.

Таким образом, в каждой сфере деятельности и смысловой концепции управления предприятием возможна своя проблема. С каждым годом, учитывая уровень и скорость развития технических и технологических особенностей управления организацией, инновационные аспекты, повышение профессионализма штата, появляются все больше новых преград, которые необходимо преодолеть. Аналогично проблемам появляются и способы работы в новой сложившейся среде, а также возможности преодолеть вновь появляющиеся препятствия. И только то

предприятие, которое является гибким и функциональным сможет развиваться в любых условиях внешней и внутренней среды.

Использованные источники:

1. Королёв В. А. Стратегическое планирование: качество управления предприятием / В.А.Королёв // Менеджмент качества – 2012. – №1 – с. 18-29.
2. Малышев А. А., Никитина Е. В. Повышение эффективности управления предприятием за счет внедрения инструментов интернет-маркетинга / А.А. Малышев, Е.В, Никитина // Интернет-маркетинг – 2011г. – №2 – с. 6-11.
3. Васильева Е.В. Проблемы управления инновационным развитием предприятия / Е.В. Васильева // Проблемы современной экономики – 2011г. – №3 – с. 363-364.
4. Зиновьева И. В. Разработка эффективной стратегии управления предприятием / И.В. Зиновьева // Менеджмент сегодня – 2012г. – №3 – с. 12-22.

Шадрина Е.А.
магистрант 2го курса
Институт экономики, управления и природопользования
Сибирский федеральный университет
Россия, г. Красноярск

ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ КЛИЕНТОРИЕНТИРОВАННОЙ КОМПАНИИ

Аннотация

Статья посвящена развитию темы клиентоориентированности компании и подтверждению ее актуальности в современных условиях. В статье рассматриваются основные подходы к созданию клиентоориентированных компаний, выявленные на основе анализа отечественного и зарубежного опыта. Ключевым направлением статьи является выделение элементов клиентоориентированности и разработка методики оценки уровня клиентоориентированности. Предлагаемый алгоритм оценки и шкала для определения ее результатов рассматриваются на примере конкретной компании.

Ключевые слова

Конкурентоспособность, дополнительная прибыль, клиентоориентированность, качество продукта (услуги), персонал, удовлетворенность клиента.

Annotation

The article is devoted to development of the theme of customer orientation and validation of its relevance today. The article considers the main approaches to the creation of customer-oriented companies, identified based on the analysis of domestic and foreign experience. A key focus of the article is to identify the elements of customer focus and to elaborate the methods of assessing the level of

customer focus. The proposed algorithm for evaluation and the scale for determining its results are considered by the example of a particular company.

Keywords

A competitive ability, an additional income, a customer focus, a quality of the product (the service), a staff, a customer satisfaction.

Современная внешняя среда формирует нестабильные условия для долгосрочной устойчивости и развития бизнеса и характеризуется такими особенностями, как непрерывное усиление конкуренции, динамичное насыщение товарного предложения, трансформация «рынка продавца» в «рынок покупателя», снижение эффективности традиционных маркетинговых инструментов, сложность и многоаспектность внешнего окружения.

Еще в прошлом веке известный американский специалист по управлению Питер Друкер утверждал: «Предназначение любого бизнеса заключается в удовлетворении запросов клиента» [1].

В настоящее время наиболее жизнеспособными оказываются предприятия, ориентированные на клиента и его потребности. Сложившаяся ситуация диктует актуальность темы клиентоориентированности.

Говоря о термине клиентоориентированности, следует привести следующее определение, наиболее полно отражающее суть данного понятия: «Клиентоориентированность — это концепция бизнеса, включающая комплекс мероприятий, направленных на формирование и удовлетворение потребностей клиентов, реализуемая на всех уровнях менеджмента во всех функциональных подразделениях, ориентированная на проактивное развитие с целью достижения устойчивого конкурентного преимущества» [2].

Цель повышения клиентоориентированности компании заключается в развитии способности организации извлекать дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов.

Источниками получения дополнительной прибыли могут быть:

- увеличение частоты и объема закупок;
- получение обратной связи от клиента (информации, которая помогает улучшить продукт и качество сервиса, оптимизировать бизнес-процессы и т.д.);
- рекомендация компании другим клиентам и, как следствие, увеличение потока клиентов и др.

Для менеджмента большинства компаний актуальность и эффективность клиентоориентированности в настоящее время не требует подробного обоснования. Более важными вопросами являются определение элементов клиентоориентированности, построение системы ее оценки и выявление индикаторов клиентоориентированности.

Важнейшими составляющими, на которых строится ориентация на клиента, является сам продукт (услуга) и уровень сервиса. Для выделения элементов клиентоориентированности следует не только более тщательно

декомпозировать эти составляющие, но и выделить некоторые процессы, обеспечивающие их деятельность.

Таким образом, предлагается выделить 4 направления, обеспечивающих клиентоориентированность компании:

- Качество продукта (услуги);
- Маркетинг, продажи и взаимоотношения с клиентами;
-Бизнес-процессы;
- Персонал.

В приведенном списке направление «Качество» не случайно стоит на первом месте. Понятно, что при низком качестве продуктов (услуг) о клиентоориентированности не может быть и речи.

Прямое отношение качества к ориентации на клиента доказано, в первую очередь, в концепции TQM (Total quality management) или Всеобщем менеджменте качества. Этот подход предполагал непрерывное улучшение деятельности в различных сферах: производстве, закупках, сбыте и т.д.,- и все они направлены на одну цель – непрерывное улучшение качества. Главное здесь, что именно ориентация на потребителя является фундаментальным принципом TQM. Она подразумевает то, что именно потребитель устанавливает уровень качества. Под качеством понимается совокупность свойств продукции (конструктивных, эстетических, социальных, экономических, психологических), позволяющих ей удовлетворять определенные потребности в соответствии с функциональным назначением. Качество всегда соотносится с нуждами и ожиданиями потребителя.

Для того, чтобы соответствовать уровню, заданному потребителем, компания должна быть ориентирована на: функциональность (как способность выполнять базовую и дополнительную функции); надежность (безотказность, отсутствие дефектов, безопасность, защищенность от моральных рисков, долговечность); технический уровень (соответствие стандартам или эталонным объектам); эргономичность (отражает соответствие объекта требованиям к удобству его использования); эстетичность (характеризуется степенью позитивного влияния объекта на чувства человека); экологичность (легкость утилизации, минимум отходов при использовании, низкая степень негативного воздействия на природу и человека); экономичность (оптимальное соотношение качества и затрат); соответствие качества конечной продукции проекту.

Показателями качества услуг также являются: окружающая среда обстановка, удобства, оборудование и сервис; надежность (как совокупность исполнительности и доверия к результатам выполнения работы); психологические свойства (возможность нахождения контакта, вежливость, отзывчивость); гарантии для клиентов.

Следующее немаловажное направление – это маркетинг, продажи и взаимоотношения с клиентами. Оно подразумевает работу всей компании на один общий результат – выявление и удовлетворение потребностей клиентов

(определение необходимого уровня качества), а также поддержание долгосрочных отношений с клиентами.

Данное направление предполагает: определение потребностей рынка; доступность компании для клиента (например, доступность точек реализации продукции или легкость установления связи с поставщиком услуги); компетентность в области дизайна продукта (услуги), наиболее привлекательного для потребителя; широкий (или узкий) выбор ассортиментных групп, в зависимости от потребностей целевых клиентов; качественная и эффективная реклама; качество послепродажного обслуживания; благоприятный имидж/репутация фирмы у покупателей.

Бизнес-процессы – это то, на чем строится деятельность компании. Поэтому они также должны быть ориентированы на клиента.

Примерами элементов клиентоориентированности в направлении бизнес-процессов могут быть: включение управления качеством в ключевой элемент стратегии компании и формирование обязательных требований к нему; постоянное (с учетом задач повышения качества) совершенствование технологий производства, бизнес-процессов и организационной структуры; ориентация на потребителей, тесное взаимодействие с ними и поставщиками, высокий уровень информационных систем и коммуникативных процессов; способность быстро реагировать на изменяющуюся рыночную ситуацию (потребности клиента); разработка инновационных и модернизация существующих товаров; возможность быстрой реакции на запрос клиента в любой момент и в любом месте; возможность изготовления продукции под индивидуальные потребности конкретного клиента (создание уникального продукта/услуги на заказ); качество проектирования и процесса производства продукта (услуги), ноу-хау в контроле качества продукции.

Персонал – это важнейшее направление на пути к созданию клиентоориентированной компании. Именно за счет профессиональных и личностных качеств сотрудников достигается необходимый уровень качества как продукта, так и сервиса. В процессе удовлетворения потребностей клиента так или иначе задействован сотрудник каждого подразделения компании, поэтому необходимо, чтобы клиентоориентированность стала главной корпоративной ценностью.

Достичь этого возможно при наличии следующего: высокий профессионализм сотрудников; клиентоориентированная корпоративная культура: набор корпоративных компетенций, соответствующих клиентоориентированности (честность, открытость, дружелюбие, готовность помочь, оперативность в работе, заботливость и т.д.); наличие директора по клиентингу; вовлечение всего персонала в работу по повышению качества, его непрерывное обучение; мотивация на высокое качество оказания услуг и высокий уровень сервиса.

Стоит отметить, что данные направления должны быть задействованы на всех этапах работы с персоналом: на этапах отбора, развития, обучения,

мотивации.

Все вышеперечисленные направления целесообразно объединить в 2 крупных блока:

1. Блок «Качество продукта (услуги)», включающий направления маркетинга и организации бизнес-процессов;

2. Блок «Персонал», отражающий деятельность по работе с персоналом в направлении повышения качества и ориентации на клиента.

В настоящее время существует несколько точек зрения на клиентоориентированность компании. Согласно одной точке зрения, клиентоориентированность – это политика компании. На практике это отражается в провозглашении удовлетворенности клиента высшей ценностью компании – «мы относимся», «клиент – наша высшая ценность», «все для клиента», «клиент всегда прав» и т.д.

Вторая точка зрения говорит о том, что клиентоориентированность – это действия компании, направленные на клиента. Например: «мы клиентоориентированная компания, потому что у нас самый быстрый сервис», «мы клиентоориентированны, потому что наша пища не содержит ГМО» и т.д.

Наиболее верно суть клиентоориентированности отражает следующее суждение: клиентоориентированность – это не то, что компания думает о своих клиентах, и даже не то, что и как компания делает для своих клиентов. Клиентоориентированность – это оценка, которую получает компания от своего клиента в результате взаимодействия с ним [3].

Поэтому для определения индикаторов клиентоориентированности следует выделить еще один блок – «Удовлетворенность клиента». Он может характеризоваться следующими показателями:

- количество новых клиентов;
- увеличение объема закупок;
- частота повторных покупок, доля постоянных клиентов из общего числа клиентов компании;
- готовность клиентов делиться информацией (обучать);
- отсутствие жалоб (или их решение) и т.д.

Таким образом, оценку клиентоориентиованности следует проводить по следующим направлениям:

Таблица 1 – Индикаторы клиентоориентированности по направлениям оценки

Качество продукта (услуги)	**Персонал**	**Удовлетворенность клиента**
1. Функциональность и надежность продукта (услуги)	6. Уровень профессионализма сотрудников	11. Прирост количества новых клиентов
2. Системный подход к управлению качеством	7. Наличие корпоративных компетенций, соответствующих	12. Частота и объем закупок

	клиентоориентированности	
3. Эргономичность и эстетичность продукта (услуги)	8. Вовлеченность персонала в работу по повышению качества	13. Доля постоянных клиентов из общего числа клиентов компании
4. Соответствие качества конечной продукции проекту	9. Непрерывное обучение персонала в направлении ориентации на качество и на клиента	14. Готовность клиентов делиться информацией (обучать), число рекомендаций от клиентов
5. Доступность компании для клиента	10. Мотивация на высокое качество оказания услуг и высокий уровень сервиса	15. Количество жалоб и их решение

Проведем анализ представленных индикаторов на примере компании ООО «ЭльСАД»69. Для этого воспользуемся следующей системой оценки:

Таблица 2 – Система оценки клиентоориентированности

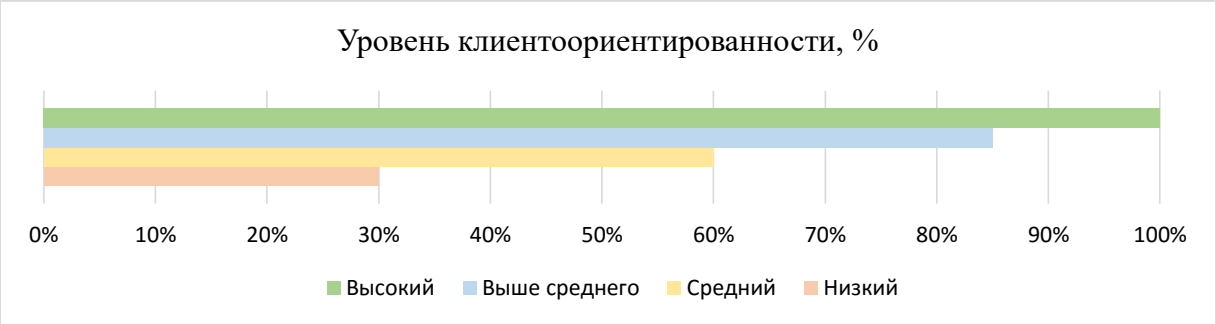
Индикатор	**Удельный вес в общей оценке, %**	**Эталон**	**Реальный уровень в компании, %**	**Удельный вес в общей оценке, %**
1. Функциональность и надежность продукта (услуги)	10	100%	70%	7
2. Системный подход к управлению качеством	5	100%	50%	2,5
3. Эргономичность и эстетичность продукта (услуги)	5	100%	100%	5
4. Соответствие качества конечной продукции проекту	10	100%	80%	8
5. Доступность компании для клиента	5	Более 2х представительств на локальном рынке, включая интернет	100%	5
6. Уровень профессионализма сотрудников	10	100%	60%	6
7. Наличие корпоративных компетенций, соответствующих клиентоориентированности	5	100%	50%	2,5
8. Вовлеченность персонала в работу по повышению	10	90% сотрудников	70%	7

[69] ООО «ЭльСАД» - Красноярская компания, реализующая винные шкафы и аксессуары для вина и оказывающая услуги по образованию для взрослых в формате мастер-класс дегустаций вина и крепких напитков.

качества				
9. Непрерывное обучение персонала в направлении ориентации на качество и на клиента	5	Ежемесячно	20%	1
10. Мотивация на высокое качество оказания услуг и высокий уровень сервиса	5	100%	60%	3
11. Прирост количества новых клиентов	5	20% ежемесячно	25%	1,25
12. Частота и объем закупок	5	Рост показателя на 40% в год	5%	0,25
13. Доля постоянных клиентов из общего числа клиентов компании	10	60%	25%	2,5
14. Готовность клиентов делиться информацией (обучать), давать рекомендации	5	40% клиентов делятся информацией	100%	5
15. Количество жалоб и их решение	5	До 5 жалоб в год, 100% благоприятно решены	100%	5
Итоговая оценка:	**100**		**61**	

Таким образом, уровень клиентоориентированности компании ООО «ЭльСАД» составил 61%. Для качественного определения данного показателя мы составили следующую шкалу:

Рисунок 1 – шкала для определения уровня клиентоориентированности



Как видно из рисунка, компания, получившая оценку ниже 30%, имеет низкий уровень клиентоориентированности, от 31% до 60% - средний, от 61% до 85% - выше среднего, и лишь от 85% до 100% - высокий уровень. Уровень клиентоориентированности компании ООО «ЭльСАД» (61%) – «выше среднего», но всего на 1%.

Отметим, что руководство компании считает развитие клиентоориентированности одним из приоритетных направлений и

оценивает существующий уровень клиентоориентированности гораздо выше, чем показал результат проведенной оценки.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время в российских компаниях необходимо проводить оценку и совершенствование уровня клиентоориентированности. Предложенные в данной статье индикаторы и система оценки позволят компаниям проводить эффективную оценку уровня клиентоориентированности и упростят поиск направлений для совершенствования деятельности и повышения конкурентоспособности.

Использованные источники:

1. Питер Ф. Друкер Энциклопедия менеджмента: Пер. С англ. — М.: Издательский дом "Вильяме", 2004.

2. Яшина О.В, Резник Г.А. Клиентоориентированность корпорации как вызов времени //Проблемы современной экономики, N 2 (46), 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4557

3.Харский К. Клиентоориентированность: четыре шага и еще один прыжок // Психология и бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.psycho.ru/library/3558

Шихова А.О.
студент 2 курса магистатуры
ИСА
Поволжский государственный технологический университет
Суворова А.П., доктор.экон.наук
научный руководитель, профессор
Поволжский государственный технологический университет
A.O Shikhova 2nd year master student of ISA
Volga State University of Technology
Academic advisor: A.P Suvorova Doctor of Economics, Professor
Volga State University of Technology

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ФУНКЦИЯ СТОИМОСТНОГО ИНЖИНИРИНГА

THE PROBLEM OF IMPROVING THE QUALITY OF CONSYRUCTION PRODUCTS AS COST ENGINERING FUNCTION

Аннотация*: Статья посвящена проблемам повышения качества строительной продукции, обеспечивающего удовлетворение интересов всех участников инвестиционно-строительного процесса. С этой целью в статье рассмотрены различные аспекты качества строительной продукции. Обоснована необходимость систем подготовки специалистов, способных комплексно решать задачи управления стоимостью строительной продукции.*

Annotation: *The article is devoted to the problems of improving the quality of construction products, which is satisfying the interests of all participants in the*

investment and construction process. To this end, the article discussed the various aspects of the quality of construction products. The necessity of system of training professionalsб who can solve the problem of cost management of construction products is justified.

Ключевые слова: *качество, стоимостной инжиниринг, аспекты качества*

Keywords: *quality, cost Engineering, quality aspects*

В настоящее время вопрос о качестве продукции строительства, выпускаемой в России, приобрел довольно высокий уровень актуальности. Трудная ситуация сложилась и в инвестиционно-строительной сфере. Высокие цены на материалы, энергоресурсы и технику, конструкции, несбалансированная экономика, дефицитность государственного финансирования и собственных средств, и, как итог, неконкурентоспособный уровень качества строительной продукции вынуждают предприятия активно искать выход из создавшегося кризисного положения.

Многие компании с целью получения максимальной прибыли сокращают сроки строительства, допускают нарушения при производстве строительной продукции, а так же отклоняются от требований СНиПов. Последствия таких действий не приносят положительного результата. Приведу несколько примеров.

1) г.Омск. В ночь с 12 на 13 июля 2015 года произошло обрушение пролетов-перекрытий в четырехэтажной казарме учебного центра ВДВ в поселке Светлый. Причиной этого послужило некачественно выполненная кладка стен при строительстве казармы в 1975 г и установка вентилируемого фасада, который был установлен без учета несущей способности кирпичной кладки, которую размывало последние 40 лет. Стоимость ущерба оценивают более чем в 6 млн.рублей. [7]

2) г.Москва. На улице Маршала Полубоярова произошло обрушение главной балки фасада строящегося здания. По словам специалиста, рабочие демонтировали один из прогонов, вся нагрузка пришлась на другой прогон, который не выдержал и скрутился, потянув за собой главную балку. Стоимость работ оценивается в 1млн.рублей.[9]

3) г.Калининград . В конце августа 2015 г в четырехэтажном кирпичном доме на ул. Горького, 129 частично разрушилась кирпичная кладка. Некачественно выполненные работы по кладке стен привели к такому результату. Стоимость работ специалисты предварительно оценивают более чем в 3 млн. рублей. [10]

4)г. Москва. Строящееся шестиэтажное здание обрушилось 17 апреля 2015 г на территории опытно-экспериментального завода "Грейфер". Площадь обрушения, затронувшего с пятого по первый этажи, составила 2,8 тысячи квадратных метров. По данным Мосгосстройнадзора, в здании проводился капитальный ремонт. При проведении ремонта были не соблюдены требования СНиПов. Стоимость работ оценивается около 10

млн.рублей. [11]

5)г. Йошкар-Ола. Здание МСЧ МВД. Проводилась реконструкция **двухэтажного корпуса госпиталя МВД** (надстройка этажей). В процессе строительства было выявлено большое количество дополнительных работ, которые не учтены в проектно-сметной документации. В результате генподрядчик ПК «Медведевское ПМК» подала иск на заказчика МСЧ МВД в уплату долга за выполненные дополнительные работы. Стоимость дополнительных работ оценивается более чем в 5 млн.рублей.[8]

В этих примерах качество строительной продукции по разным причинам было на низком уровне, но цена на выполненные работы была высокой. Достижение такого уровня качества строительной продукции, при котором на нее будет повышенный спрос при оптимизации затрат на производство, является целью управления менеджмента строительной организации. В силу изложенных обстоятельств актуальность темы исследования не возникает сомнения.

Качество строительной продукции – это совокупность многих факторов, поэтому подходить к его рассмотрению нужно системно. Системный подход - это метод научного исследования, основной принцип которого заключается в том, что именно в проекте будущей продукции должен быть заложен уровень качества строительной продукции, и при помощи комплекса производственно-технологических и организационных мероприятий, являющихся компонентами строительства, можно будет достигнуть этой цели. Если взглянуть на качество строительной продукции с точки зрения системного подхода, то его нужно рассматривать как комплексное изучение проблемы, как единое целое с учетом структуры, взаимоотношений, взаимосвязей и взаимодействия составных частей, выявления роли каждой из этих частей. [1]

Качество строительной продукции можно рассмотреть с различных аспектов. С позиции технических аспектов в содержание понятия качества строительной продукции вкладывается технические закономерности в образовании и проявлении физических, механических, химических и других свойств строительной продукции одинакового назначения. Другими словами, с инженерных позиций качество исследуется с точки зрения сопоставления свойств данной продукции с аналогичной продукцией, принятой за эталон качества. [2]

Технологический аспект регулируется всеми нормативными документами. С его помощью контролируется технология выполнения работ по производству строительной продукции. Он так же характеризует эффективность конструкторско-технологических решений для повышения производительности труда при изготовлении и ремонте продукции. Именно с помощью технологичности достигаются массовость выпуска продукции, рациональное распределение затрат материалов, средств, трудовых ресурсов и времени при технологической подготовке производства, изготовлении и эксплуатации продукции.[2]

Показатели стандартизации и унификации отображают степень насыщенности продукции стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями. Меньшая степень оригинальных изделий хорошо как для изготовителя, так и для потребителя. Производство строительной продукции большей сложности и высокого технического уровня, чем это требуется потребителю, принесет такой же отрицательный результат, как и изготовление продукции прежнего качества и сложности излишних объемов. [4]

Экономический аспект качества заключается в объективной оценке эффективности качества строительной продукции. Она главным образом зависит от правильности используемых критериев оптимальности. Такой подход должен обеспечивать достижение максимальной прибыли и повышение конкурентоспособности строительного предприятия, связанной с качеством выпускаемой им продукции. Первым делом достижение этих целей обеспечивается удовлетворением спроса потребителей на предлагаемую продукцию и поддержание спроса на постоянном уровне.[2]

Социологический аспект проблемы качества связан с изучением отношения субъекта (заказчика) к такому объективному свойству продукции как ее качество. С социологических позиций качество рассматривается как категория, отвечающая закономерностям распределения населения по доходам, формирования спроса на отдельные виды строительной продукции и т.п. [3]

Правовой аспект проблемы качества связан с установлением нормативно-технических документов, этапов их разработки и внедрения в строительное производство, а так же утверждения, соблюдения и учета. С этого аспекта качество рассматривается как совокупность свойств, отвечающих установленным государственным стандартам или техническим условиям, соблюдение которых контролируют государственные органы надзора за качеством строительства.[3]

Только совокупная оценка всех этих аспектов может комплексно отразить качество строительной продукции. Экономистам, работающим в строительной отрасли, не хватает инженерной подготовки, а у инженеров, владеющих познаниями в технологиях строительных процессов, основах проектирования, рассчитывающих строительные конструкции, отсутствуют навыки грамотно производить экономические расчеты. В таком случае появляется потребность в специалисте, квалификация которого за счет высоких познаний в экономике и инженерной сфере, позволила бы оптимизировать расходы на всех стадиях инвестиционно-строительного процесса.

Стоимостной инженер - образованный, обученный и достаточно квалифицированный специалист для развития и применения в практической деятельности (на основе принципов проектирования, техники, технологии) методов и средств управления стоимостью проекта, которое включает в себя: оценку и сметы, стоимостной контроль за уровнем издержек и бюджета

проекта в целом, проектирование стоимости, управление эффективностью строительства, оценку качества строительной продукции, оценку капиталовложений (инвестиционную оценку).

Результат работы такого специалиста должен в итоге устроить заказчика, подрядчика, инвестора, юридические службы и налоговые органы. На строительном рынке спрос на сильных специалистов данной сферы не удовлетворен. Причина проста – российские Вузы не готовят выпускников с такой квалификацией. [5]

Необходимо создание целой системы подготовки специалистов, которые могли бы с учетом рыночных требований профессионально работать в фирмах заказчика, подрядчика, проектных фирмах и других компаниях инфраструктуры рынка строительных работ и услуг. Возможны любые методы обучения персонала: повышение квалификации, стажировка и цеховая подготовка, переподготовка получение второго высшего образования и другие варианты. Для фирм и специалистов, реализующих стоимостной инжиниринг, должна быть сформирована профессиональная аттестация в соответствующих ассоциациях, как это делает Российская Ассоциация Управления Проектами (СОВНЕТ).

Стоимостной инжиниринг, как системное решение задач заказчика, действительно является важным продуктом, который в ближайшем будущем будет востребован рынком. Особенно в нынешних условиях, когда для компании, работающей в сфере строительства, основной задачей является сокращение издержек, при повышении качества строительной продукции. [6]

Использованные источники:

1. Горбашко.Е.А Современные модели управления качеством: учебное пособие / Горбашко Е.А, Рыкова Ю.А. - СПб: ИздательствоСПбГЭУ, 2013 год- 252 с.
2. Горбашко.Е.А Управление качеством: учебник для бакалавров:/ Горбашко Е.А,. - М: Издательство Юрайт, 2014 год- 325 с.
3. Фрейдина Е.В Управление качеством: учебник/ Фрейдина Е.В., - М:Омега-Л, 2012 -189 с
4. Земляков Г.В Особенности качественных показателей в строительстве/ Строительная наука и техника 2011. № 1. С. 22-24.
5. Клюев В.Д, Зайцев Д.А. Новый профиль подготовки «Стоимостной инжиниринг»/ Сметно-Договорная работа в строительстве 2014. № 7. С. 34-35.
6. Шкапурина Т.А. Стоимостной инжиниринг инвестиционно-строительных проектов. [Электронный ресурс] // VII Международная студенческая электронная научная конференция [сайт] «Студенческий научный форум» /Режим доступа: http://www.scienceforum.ru/ (дата обращения 1.11.2015)
7. Газета ведомости [Офиц.сайт] – URL: http//www.vedomosti.ru (дата обращения 28.10.2015).
8. Марийская правда. Новости Республики Марий Эл [Офиц.сайт] – URL:

http//www.marpravda.ru (дата обращения 28.10.2015).
9. Новости@mail.ru [Офиц.сайт] – URL: https://news.mail.ru/ (дата обращения 28.10.2015).
10.Новый калининград [Офиц.сайт] – URL: https://www.newkaliningrad.ru (дата обращения 28.10.2015).
11. Риа Новости [Офиц.сайт] – URL: http://ria.ru/society (дата обращения 28.10.2015).

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Абдуллина А. Б.
студент 2 курса
экономический факультет
Шарафутдинов А. Г., к.э.н.
доцент
Башкирский Государственный Аграрный Университет
Россия, Республика Башкортостан, г. Уфа

ТРУДНОСТИ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ЗНАНИЙ В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

В статье исследована проблема извлечения знаний в информационных системах. Приведены примеры современных методов извлечения знаний. Раскрыта сущность понятия «знание» в информационной системе.

Ключевые слова: *знания, методы извлечения знаний, искусственный интеллект, информационная система, информационные технологии.*

The article explores the problem of knowledge extraction in information systems. Examples of modern methods of knowledge extraction. The essence of the concept of "knowledge" in the information system.

Keywords: *knowledge, methods of knowledge extraction, artificial intelligence, information system, information technology.*

Проблема «знание и компьютер» на сегодняшний день стали популярными среди ученых и исследователей. На первый план вышли ее социальные, политические, технические и философские стороны. С появлением кибернетики, компьютеров и компьютерных систем, связанных с искусственным интеллектом (ИИ) люди по-новому стали смотреть на вопросы мышления, знания и результатов процесса познания. А также на связь искусственного интеллекта и знания.

Значение понятия «знание» в информационной системе: Знания – это итог теоретической и практической деятельности человека, отражающий накопление предыдущего опыта и отличающийся высокой степенью структурированности. Правила использования этой информации для принятия решений. Главное отличие знаний от данных состоит в их активности, то есть появление новых фактов или установление новых связей может стать источником активности системы. При выявлении знаний могут использоваться различные информационные источники: монографии, учебники, статьи, отчеты, архивные материалы, содержащие примеры решения задач, базы данных, наблюдения за функционированием реальных систем и, конечно же, люди - эксперты.

Под знаниями также понимается форма представления информации в

ЭВМ, которой присущи такие особенности, как: структурированность, связность, семантическая метрика, активность. Именно эти характеристики отличают знания в ИС от данных - "определяют ту грань, за которой данные превращаются в знания, а базы данных перерастают в базы знаний.

Вопрос о выявлении и передаче компьютеру человеческих знаний и умений является крайне сложным. На пути решения этой задачи стоит множество препятствий. Основные из них, связанные с извлечением знаний, наименее разработанные в настоящее время:

1. Человек не может сообщить общих абстрактных правил, которыми он руководствуется, решая ту или иную конкретную задачу. Человеческие умения чаще всего хранятся на подсознательном уровне.

2. В любой области человеческой деятельности имеется большое количество возможных практических ситуаций принятия решений, при анализе которых проявляются умения человека. Желательно уметь передавать все эти возможности ЭВМ; что требует огромного труда и времени экспертов.

3. Люди, передающие компьютеру в том или ином виде свои знания и умения, неизбежно ошибаются. Чем бы ни была вызвана конкретная ошибка: усталостью, невнимательностью, трудностью ситуации, безошибочных экспертов, к сожалению не бывает.

И сразу некоторые пути решения рассматриваемой нами проблемы извлечения знаний в информационных системах: создание методов и систем автоматического и автоматизированного анализа естественно-языковых текстов, построение методов и программных систем машинного обучения, разработка и адаптация методов и программных систем поддержки извлечения экспертных знаний, создание методологии и, на ее основе, операциональной технологии приобретения знаний.

Существуют несколько классификаций методов извлечения знаний:

- теоретический;
- коммуникативный;
- текстологический.

Рис. 1.3. Классификация методов извлечения знаний

А текстологический метод – это метод извлечения знаний, основанный на изучении специальных текстов из учебников, монографий, статей, методик и других носителей профессиональных знаний.

Я считаю, что каждый метод имеет свои преимущества. Но хотела бы выделить коммуникативный метод извлечения знаний. Так как, считаю его более эффективным из всех остальных. Он имеет разные способы, пути решения проблемы.

И в конце хотелось бы сказать, что знания играют большую роль в человеческой жизни и в сфере информатизации.

Использованные источники:

1. Кук II. М., Макдональд Д. Э. Формальная методология приобретения и представления экспертных знаний // ТИИЭР. 2009. JT. 74. № 10. С. 145-155.
2. Семенов М.И. и др. Автоматизированные информационные технологии в экономике // Финансы и статистика - 2000 - № 9.
3. Абхалимова Р.С., Шарафутдинов А.Г. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ XXI ВЕКА Экономика и социум. 2014. № 2-5 (11). С. 234-236.
4. Мишенин А.И., Салмин С.П. Теория экономических информационных систем. Практикум 2005
5. Титоренко Г.А. Информационные системы в экономике: Учебник. Второе издание, переработанное и дополненное. М.: ЮНИТИ-ДАНА, Москва, 2009

Авдеева Е.А., к.э.н.
преподаватель
кафедра теоретической экономики
Кубанский государственный университет
Россия, г. Краснодар
Авдеев А.С.
магистрант
Сочинский государственный университет
Россия, г. Сочи

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕХОДА К ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМУ СПОСОБУ ПРОИЗВОДСТВА

Аннотация: в статье рассматривается трансформация экономических отношений при переходе к экономике знаний. Отмечается повышение роли ИКТ, интеллектуального капитала и новых технологий как источников экономического роста страны.

Ключевые слова: экономическое развитие, ИКТ, интеллектуальный капитал, факторы производства.

Современное развитие российской экономики характеризуется процессами, происходящими в обществе, взаимосвязанными друг с другом: рыночными преобразованиями и переходом к информационной стадии развития.

Тенденция современного экономического развития – переход от экономик, характеризующихся применением традиционных ресурсов (земля, труд, капитал), к экономике, использующей знания. На первый план выходят новые источники и факторы национального производства – информация, интеллектуальный и человеческий капитал, различные формы нематериального накопления. Объем знаний, накопленный человечеством, удваивается каждые 5 лет, а в 2020 г. он будет удваиваться каждые 10 недель. По некоторым оценкам экспертов, уже сейчас технологии управления знаниями способны дать 20 %-ное повышение продуктивности работы организаций.

Современная экономика или новая экономика – это «экономика знаний» («knowledge industries»).

Экономика знаний воздействует на все макроэкономические показатели, в том числе и на развитие фондового рынка, обеспечивает экономический рост и производительность труда в отраслях. В этой связи, можно отметить, что понятие «новая экономика» не только включает информационный аспект, но означает качественно новый технологический уровень всего народного хозяйства, включая действующие производительные силы общества. Она способна придать ускорение новому инновационному циклу в деле модернизации традиционной экономики, развития ее новых отраслей на основе био- и генной инженерии, информатики и других нанотехнологий [2].

В условиях новой экономики наблюдается бурный рост и развитие бизнес-компаний, деятельность которых связана с разработкой и внедрением информационных технологий, компьютерной техники, программного обеспечения, Интернет-проектов и т. д. Т.е. представляет совокупность отраслей, характеризующихся следующими особенностями: большим удельным весом человеческого капитала по сравнению с материальными активами; уникальностью нематериальных активов; высоким уровнем инновационной активности; постоянным обновлением производимой продукции.

Под влиянием информатизации происходят изменения во всех факторах производства, и прежде всего в предметах труда*:* в структуре изменяется соотношение сырьевых ресурсов в сторону увеличения нематериальных факторов, прежде всего информационных.

В условиях информатизации экономики работники должны обладать не только способностью применять информационные технологии и обрабатывать информацию, но генерировать новые знания. Появляется новая категория – информационная рабочая сила, подразумевающая построение отношений сотрудника с компанией по сетевому принципу, наличие навыков и квалификации в ИКТ.

В информационной экономике изменяется характер труда: на смену низкоквалифицированному труду приходит автоматизация производства; возрастает интеллектуализация, персонализация, увеличивается занятость в сфере услуг. Происходит повышение производительности труда за счет внедрения технологий информационного сопровождения.

Растущая информатизация экономики трансформирует формы капитала и механизм их функционирования.

В условиях роста информатизации экономики растет значение человеческого капитала; изменяется производительный капитал*;* появляется и бурно возрастает информационный капитал; усиливается их мобильность. В возрастающих инвестициях нуждается воспроизводство не только основных фондов, но и информации, научных знаний, человеческого капитала.

Человеческий капитал как составляющая национального богатства России выступает как одно из ее конкурентных преимуществ.

В составе занятых при переходе к информационной экономике растет численность и доля работников сферы услуг, что обусловлено ростом спроса на услуги как в производстве при внедрении инновационных технологий и процессов.

В современных условиях технологии капитализируются, то есть они присутствуют на финансовом рынке, а значит, не могут быть оценены массовым инвестором с точки зрения ожидаемой доходности и риска. Информационный прорыв, весь новейший технологический уклад становится возможным благодаря наличию высокоразвитого финансового рынка.

С. Дятлов выдвигает гипотезу о формировании в современной экономике информационного капитала, включающего накопленные инвестиции в ИКТ-секторе, технологическую, научно-техническую, социально-экономическую и духовную информацию, используемую для получения дохода [2]. Основу информационного капитала составляют ИКТ-технологии. При этом право собственности на технологическую информацию играет важнейшую роль в создании конкурентного преимущества.

Проблема разработки теории информационного капитала тесно связана с интеллектуальным капиталом и интеллектуальной собственностью. Под интеллектуальным капиталом понимается совокупность знаний, опыта, навыков, различных результатов творческой деятельности индивида, не отчуждаемых от его собственника.

Переход от индустриальной экономики к постиндустриальной радикально изменяет характер производственных отношений, которые трансформируют отношения собственности. В новой экономике возрастает значение интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала.

Беспрецедентное изменение природы производственных факторов влечет за собой изменение экономических отношений. Основу экономических отношений в индустриальную эпоху составляет частная собственность, которая существовала в условиях материальности средств производства и предметов труда. Последними можно было обладать в силу возможности их физического присвоения. В индустриальной эпохе существующая монополия господствующего класса на средства производства с целью обеспечения своего экономического могущества теряет свое превосходство, а в информационном секторе экономики разрушается.

В индустриальном обществе работник подчинен машине, в информационном – работник рассматривается как придаток компьютера или информационной сети. Современный капитал использует информационные системы, сети, которые представляют собой механизм развития виртуального капитала. В этой ситуации человек представляет собой как бы «функцию сети» и происходит тотальное подчинение труда капиталу, в том числе творческих качеств человека.

В информационном обществе изменяется материальное производство. Наблюдается переход от преимущественно механических технологий к более усовершенствованным (физическим, химическим, биологическим и микробиологическим). Производительные силы, имеющие индустриальную основу, постепенно становятся глобальными производительными силами. При этом материальное производство в постиндустриальной экономике должно быть нацелено на сокращение использования природных и человеческих ресурсов, как абсолютно ограниченных ресурсов. Оно нацеливает на удовлетворение утилитарных потребностей, изменяя свои технологические параметры. Идет индивидуализация, миниатюризация

производства, возникновение сетевых предприятий. Материальное производство обеспечивает информационное общество материальными средствами, создает, распределяет и использует информацию. Вследствие чего происходят качественные изменения в технологическом процессе, изменяющие структуру общественного воспроизводственного процесса.

В информационной экономике благодаря структурной перестройке традиционные товары рассматриваются в качестве многоцелевых, стандартизированных ресурсов, роль которых в создании добавленной стоимости снижается. В конечном итоге, наблюдаем ускоренное развитие тех секторов хозяйства, которые образуют «информационную» составляющую экономики страны.

В условиях информатизации изменяется технологический базис экономики. В настоящее время в развитых странах доминирует 5-й технологический уклад, определяющими компонентами которого являются достижения микроэлектроники, программного обеспечения, вычислительной техники и переработки информации, автоматизации процессов в производстве и управлении, космической и оптоволоконной связи [2].

В информационной экономике новые отрасли более глобализированы по сравнению с традиционными. Предприятия, работающие в данной сфере, менее ограничены пространственными рамками, чем на индустриальной стадии. Глобальная корпоративная сеть становится основной системой доставки и обеспечивает связь в режиме реального времени.

Характерной особенностью новой экономики становится возрастающая степень концентрации капитала. Так, в новой экономике США более 30 % рабочих мест создано 15 крупнейшими компаниями сектора. По размерам занятости и объему выручки сетевая экономика США в конце 1990-х гг. сравнялась с крупнейшими традиционными отраслями обрабатывающей промышленности или превосходила их. Производительность труда в сетевой экономике США (измеряемая как выручка на одного занятого) превышала показатели отраслей традиционного технологического сектора на 50–60 %.

В сфере материального производства «новую экономику» представляют корпорации, активно использующие управляющие инновационные технологии и корпоративные информационные системы, венчурные проекты в которых превышают 60 % привлеченного капитала.

Традиционная экономика сталкивается с проблемой безграничных потребностей при редкости ресурсов. В традиционной экономике все ресурсы подразделяются на материальные (земля и капитал) и людские (труд и предпринимательская способность). В новой экономике ведущим фактором становится такой в принципе безграничный ресурс, как информация.

Материальное производство обеспечивает «производство самой материальной жизни». Оно представляет собой постоянное условие жизнедеятельности общества, поэтому традиционное материальное

производство всегда будет сосуществовать с секторами новой экономики.

Масштабы «новой» экономики России оцениваются различными специалистами по-разному: от 6 % до 8–10 % ВВП, из которых более половины, по их мнению, – вклад образования. Для сравнения: доля «новой» экономики в развитых странах составляет 20–25 % и имеет тенденцию к дальнейшему росту [1, с. 97]. При этом следует отметить тот факт, что официальная статистика не учитывает все показатели оборота новой экономики. Например, в объемы не включен нелегальный оборот программного обеспечения и научных разработок. По данным Всемирного банка, 41,5 % российских предприятий убыточны только потому, что были созданы в рамках индустриальной экономики, решавшей другие задачи.

Развитие мировой информационной экономики предполагает наличие глобальной информационной инфраструктуры, которая связывает и обеспечивает доступ всем желающим к мировым информационным ресурсам. Только современная сетевая информационная среда позволяет успешно функционировать современным высокоэффективным механизмам экономической деятельности, политического и государственного управления, внедрить во все сферы жизнедеятельности общества и государства высокие технологии, обеспечить требуемое качество образования и создать благоприятные политические, социальные, экономические и культурные условия для достойной жизни людей.

Ключевым здесь является ИКТ-сектор, который обеспечивает создание, передачу, использование и аналитическую обработку знаний и информации. ИКТ-сектор в России составляет 1,9 % ВВП [3, с. 23]. Телекоммуникационная инфраструктура превращается в условие, определяющее уровень конкурентоспособности продукции и услуг промышленности.

Постепенная интеграция всех видов телекоммуникационных и информационных услуг, а также сосредоточение производства соответствующей техники в рамках единого информационно-индустриального комплекса становится сегодня одним из ведущих направлений НТП. Это меняет характер производственной деятельности в сфере услуг, сокращает информационный цикл и сроки обновления продукции, ведет к росту ее разнообразия.

Следует отметить, что информационное развитие порождает также ряд негативных последствий социального, политического и экономического характера. Это вызвано неодинаковыми возможностями доступа разных стран к мировым информационным ресурсам, следствием чего является дальнейшая поляризация стран мира по социально-экономическому развитию.

Противоречивость и сложность трансформации экономики заключается в том, что, с одной стороны, несмотря на экономический рост, усиливется сырьевая ориентация, с другой стороны, ИКТ-сектор в России демонстрирует высокие темпы роста.

Использованные источники:
1. Гришанков Д. Шесть процентов новой экономики / Д. Гришанков, Д. Кабалинский // Эксперт. – 2004. –№ 37. – С. 97-102.
2. Дятлов, С. А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование / С. А. Дятлов, В. П. Марьяненко, Т. А. Селищева; под ред. С. А. Дятлова. – СПб.: Астерион, 2008. – 416 с.
3. Перминов, С. Б. Влияние современных информационных технологий на экономический рост в России и странах Восточной Европы в 1990-2001 годах / С. Б. Перминов, Е. Н. Егорова, М. Пятковски. – М.: ЦЭМИ РАН, 2004. – 488

Transformation of economic relations in the transition to a post-industrial mode of production

Annotation: the article deals with the transformation of economic relations in the transition to a knowledge economy. The article was an increase in the role of ICT, intellectual capital and new technologies as a source of economic growth.

Key words: economic development, ICT, intellectual capital, factors of production.

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

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ КРИПТОГРАФИЧЕСКИХ УСТРОЙСТВ ОТ КРИПТОАНАЛИЗА НА АППАРАТНОМ УРОВНЕ

В статье рассматриваются уязвимости в криптографических устройствах. А так же возможные каналы утечки данных, приводящие к подмене, частичной или полной потере информации.

Ключевые слова: криптография, криптоанализ, криптоаналитик, криптосистема, канал утечки данных.

This article discusses vulnerabilities in the cryptographic devices. As well as the possible ways of data leaks that lead to the substitution, partial or complete loss of information.

Keywords: cryptography, cryptanalysis cryptanalyst, cryptosystem, data leaks.

В настоящее время, одним из самых популярных методов осуществления атак, является метод использующий особенности реализации

и рабочей среды, такие атаки называются побочными или сторонними. Сторонняя атака – это разновидность криптографической атаки, которая использует полученные данные по побочным каналам. Информацией, добытой из побочного канала, являются данные, полученные с устройства шифрования и не являющиеся ключевой, то есть открытым текстом или же шифртекстом.

Большинство осуществляемых атак на криптографические системы используют уязвимости в аппаратной реализации и расположении механизмов криптоалгоритма. Подобные атаки обусловлены корреляцией между физическими параметрами, измеренными в различные моменты времени, и внутренним состоянием устройства, имеющим отношение к секретному ключу. Сторонние атаки используют особенности реализации устройств для выявления секретных параметров, использующихся в вычислительных операциях. Подобный подход можно считать более эффективным, чем классический криптоанализ.

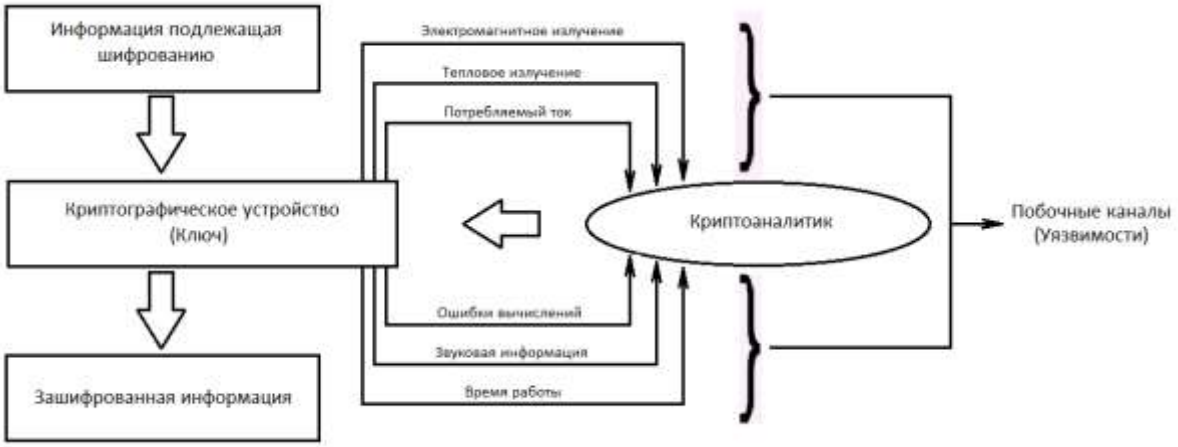


Рисунок 1 Схематичное отображение взаимодействия злоумышленника и криптосистемы.

В настоящее время количество криптографических атак, основанных на особенностях реализации и рабочей среды, возросло и продолжает возрастать. Так, например, злоумышленник может выполнять измерения времени, затрачиваемого на выполнение криптографической операции, анализировать поведение криптографического устройства в случае возникновения определённых ошибок. Также возможен замер потребляемой энергии, когда устройство шифрования выполняет операции с ключом. Сбор побочной информации для злоумышленника не является затруднительным, что необходимо учитывать.

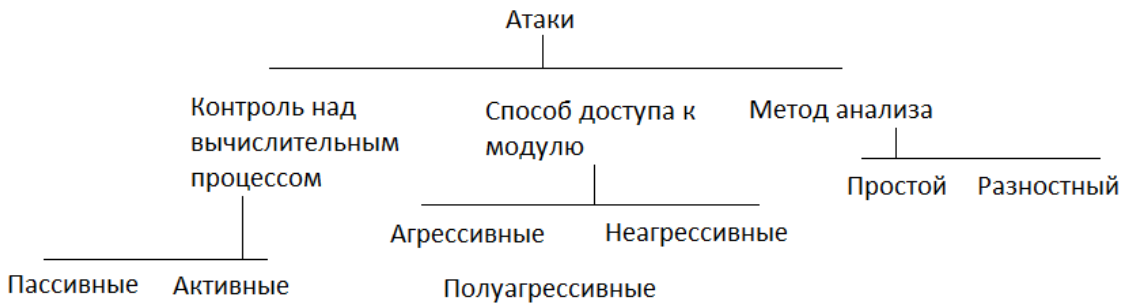


Рисунок 2 Типы классификации атак по побочным каналам.

Атака по времени.

Такая атака основана на замере времени, которое необходимо устройству для выполнения операции шифрования. Злоумышленник, получив подобные данные, получает возможность раскрыть информацию о закрытом ключе пользователя. Данный тип атаки предполагает значительные затраты на высокоточную аппаратуру съёма времени, что связано с методикой съема данных. Для алгоритма AES, например, потребуется порядка 4000 измерений, причём результатами являются только лишь фрагменты закрытого ключа.

Атака по мощности.

Для того что бы замерить мощность, потребляемую устройством, достаточно соединить последовательно с цепью питания резистор с низким сопротивлением. Падение напряжения на нём, разделённое на сопротивление, даст значение силы тока (Так возможно получение значения силы тока в моменты совершения операций устройством).

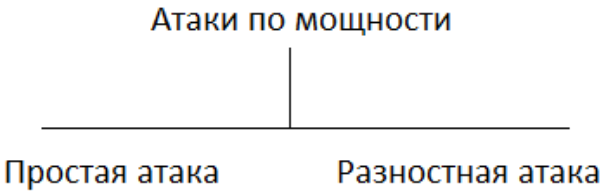


Рисунок 3 – Разновидности атак по мощности.

Простая атака основывается на получении данных обрабатываемых устройством. Информация, полученная таким способом, может дать сведения о работе устройства и закрытом ключе. Для реализации такой атаки злоумышленник должен обладать точными данными о реализации устройства.

Разностная атака, основанная на анализе потребляемой мощности, подразумевает: визуальное представление потребляемой мощности устройством, статический анализ, статические методы исправления ошибок для нахождения информации о закрытом ключе. Её стоимость не является большой, что обусловлено низкой стоимостью оборудования, необходимого для совершения атаки – низкоомного резистора и устройства съёма напряжения.

Атака по электромагнитному излучению.

В процессе выполнения операций криптографическим устройством,

происходит электромагнитное излучение. Злоумышленник, измерив и проанализировав это излучение, может добыть данные о выполняемых вычислениях, а так же различные используемые данные.

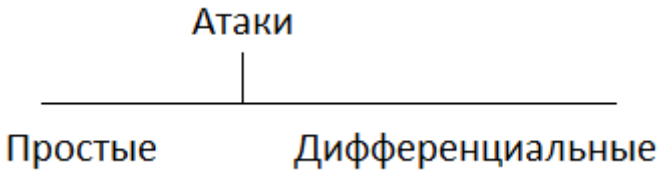


Рисунок 4 – Разновидности атак по электромагнитному излучению.

Атака на основе ошибок вычислений.

Во время работы криптографического устройства, возможно появление ошибок, что приводит к ошибочной выходной информации, которая может стать побочным каналом и увеличить уязвимость алгоритма шифрования. Опасность заключается в том, что злоумышленник может намеренно вызывать ошибки в работе устройства, например физическими воздействиями. А далее использовать получаемые данные в своих целях, раскрытия закрытого ключа.

Заключение.

Для незащищенных от атак по сторонним каналам устройств, высока вероятность утечки данных, их кражи. Это обусловлено доступностью методов её несанкционированного съема, а именно – атакам извне. Наиболее распространенной, эффективной и дешевой является атака по мощности и атака на основе ошибок вычислений. Они не подразумевают высоких затрат на аппаратуру, необходимую для их осуществления. Однако, в сравнении можно утверждать, что вторая уступает. Это связано с тем, что метод сильно зависит от того, на каком именно уровне алгоритма шифрования вызвана ошибка (Атака подразумевает воздействие на алгоритм шифрования ”снизу вверх”).

Что бы повысить стойкость криптографических устройств к атакам по побочным каналам, необходимо предусматривать все возможные факторы воздействия на уровне его проектирования и реализации. Устройство шифрования можно называть стойким, если метод криптоанализа злоумышленника не является лучшим, чем разработчика. Со временем каждый тип устройства нуждается в повторной оценке стойкости после его производства, так как происходит развитие в средствах вычислительной техники, способной обнаруживать и использовать малейшие утечки данных устройства по побочным каналам.

Использованные источники:

1. ШнайерБ. Слабые места криптографических систем // Открытые системы. - 1999, № 1. - С. 31 – 36;
2. ЖуковА.Е. Криптоанализ по побочным каналам (Side Channel Attacks). // Материалы конференции РусКрипто – 2006;
3. АвдошинС.М., Савельева А.А. Криптоанализ: вчера, сегодня, завтра // Открытые системы. – 2009, № 3, - С. 22-25;

Анисимова А.М.
студент 3 курса
Савина И.Д.
студент 3 курса
Пискунова Е.Ю., к.пс.н.
научный руководитель, доцент
кафедра «ПСиСО»
Ульяновский государственный технический университет
Россия, г. Ульяновск

АУДИОБРЕНДИНГ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РАДИО

Аннотация: авторы данной статьи рассматривают вопрос аудиобрендинга как способ продвижения бренда на радио. Выявлены и проанализированы результаты теоретических и эмпирических исследований, проведен анализ продвижения бренда на радио на примере бренда «Coca-Cola», его показателей эффективности аудиологотипа.

Ключевые слова: аудиобрендинг, бренд, аудиологотип, реклама, радио.

В современном мире всё большее значение приобретает аудиобрендинг. Он является неотъемлемой частью бренда многих известных компаний. Современные специалисты всё чаще приходят к выводу, что для реализации успешной рекламной кампании необходимо воздействовать на аудиторию сразу по множеству каналов восприятия. Большинство людей сильнее всего реагируют на визуальные образы, однако, намного эффективнее, если человек не только увидел, но и услышал в специально изготовленном аудиоролике всю ту информацию, что хотели ему донести.

Целью нашего исследования является выявление необходимости аудиобрендинга как способа продвижения бренда

Объектом данного исследования выступают аудиологотипы известных компаний. **Предметом** – показатели эффективности аудиологотипа на примере бренда «Coca-Cola».

Сейчас аудиобрендинг в России находится в динамичном развитии, распространяясь из джинглов (музыкальный элемент, основанный на вокале и содержащий название и слоган; хронометраж варьируется от 3 до 20 секунд) на радио во множество других сфер и форм реализации. Такие решения как изготовление имиджевых аудироликов и музыкальное сопровождение презентаций становятся особенно востребованными в рекламе XXI века.

Аудиобрендинг на радио развивается сегодня быстрыми темпами, используя весь спектр возможностей радиокоммуникации – мелодику, интенсивность, ритм, темп и тембр речи, а также музыкальное и шумовое оформление. Один из известных в России исследователей радио В.В. Смирнов пишет: «Живая речь, по мнению известного психолога С.А.

Рубинштейна, “обычно выражает неизмеримо больше, чем она собственно обозначает”. Характеризуя ее выразительные возможности, следует в первую очередь выделить интонацию».[70] Именно интонация может передать слушателю самые эмоциональные оттенки речи − осуждение и восхищение, уверенность и сомнение, удовлетворение и разочарование и т.д. Исследователи придают большое значение интонации в радиокоммуникации, выделяя возможность передачи смысловых оттенков в качестве главной ее функции.

Кроме слова и особенностей воспроизведения речевых конструкций на радио активно используются такие компоненты, как музыка и шумы, которые вместе с текстом создают единую композиционную структуру сообщения. Слово, речевые характеристики, музыкальное и шумовое оформление являются также важными для понимания восприятия рекламы на радио.

Среди радиоспотов (рекламных роликов) выделяют несколько типов: диалог, драматизация и музыкальная реклама. Музыкальная реклама есть не что иное, как аудиобрендинг. *Аудиобрендинг(звуковой логотип)* – это механизм воздействия на потребителя через его слуховой канал восприятия путем создания звукового уникального образа компании в целях увеличения узнаваемости торговой марки и повышения лояльности потребителей, а также увеличения сплоченности коллектива.

Таким образом, аудиобрендинг является как механизмом внешнего, так и внутреннего пиара. Сегодня он является достаточно актуальным инструментом повышения запоминаемости и узнаваемости бренда, формирует высокую лояльность к бренду.

Аудиобрендинг – это создание фирменного аудиостиля, то есть фирменный звук, с которым ассоциируется только определенный бренд конкретной компании. Аудиологотип, фирменная музыка, гимн, элементы оформления внутреннего радио – все это и есть аудиобрендинг.

Аудиологотип - узнаваемый музыкально-шумовой ряд с пропеванием или проговариванием слогана или без него. Аудиологотип, безусловно, должен коррелировать с визуальным логотипом.[71]

Яркими примерами аудиологотипов являются ролики таких компаний как DANON («М-м-м..Данон!»), McDonald’s («Вот, что я люблю!»), Coca-Cola («Всегда с Coca-Cola») или фирменный рингтон фирмы «Nokia». Они мгновенно воспроизводятся абсолютно любым человеком, который хотя бы раз слышал данные ролики.

Согласно результатам «Аудио брендинг барометра - 2013», одним из самых узнаваемых по фирменным звукам брендов является «Coca-Cola», он занимает 3 место после таких брендов как «Intel» и «Audi».[72]

Аудиобрендинг – важная составляющая бренда любой компании, ведь

[70]Смирнов В.В. Реклама на радио. М., 2003. С. 13.
[71] http://audiobrand.ru/audiobrending/audiologotip
[72] http://www.sostav.ru/publication/intel-audi-i-coca-cola-luchshie-audio-logotipy-2013-6709.html

от нее может зависеть узнаваемость и популярность бренда. На данный момент механизмы аудиобрендинга недостаточно широко используются, следовательно, те компании, которые обратятся к звуковому воздействию на потребителей, смогут отстроиться от конкурентов, и будут в более выигрышном положении на рынке товаров и услуг.

Использованные источники:

1. Смирнов В.В. Реклама на радио. М., 2003. С. 13.;
2. Intel, Audi и Coca-Cola – лучшие аудиологотипы 2013: [Электронный ресурс], URL: http://www.sostav.ru/publication/intel-audi-i-coca-cola-luchshie-audio-logotipy-2013-6709.html
3. Центр аудиобрендинга «Audiobrand» : [Электронный ресурс], URL: http://audiobrand.ru/audiobrending/audiologotip

Анисимова Э.С.
ассистент
кафедра информатики и дискретной математики
Елабужский институт
Казанский (Приволжский) Федеральный Университет
Россия, г. Елабуга

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ DBFORGE STUDIO FOR MYSQL В РАБОТЕ С БАЗАМИ ДАННЫХ

Аннотация. dbForge Studio является универсальным инструментом для работы с MySQL сервером, который позволяет разработчикам MySQL и администраторам баз данных MySQL создавать и выполнять запросы, разрабатывать и отлаживать процедуры и функции, а также автоматизировать управление объектами баз данных MySQL с помощью удобного пользовательского интерфейса.

Ключевые слова: база данных, таблица, запрос, администрирование, скрипт.

Одним из современных инструментов для работы с базами данных является приложение dbForge Studio for MySQL.

Эта программа обладает удобным пользовательским интерфейсом, позволяющим в ней работать с базами данных даже неопытным пользователям.

Db Forge Studio for MySQL предоставляет широкие возможности при создании баз данных. Возможно визуальное проектирование базы данных и проектирование на основе скрипта. В случае визуального проектирования скрипт SQL прописывается автоматически, тем самым способствуя усвоению пользователями основных команд SQL.

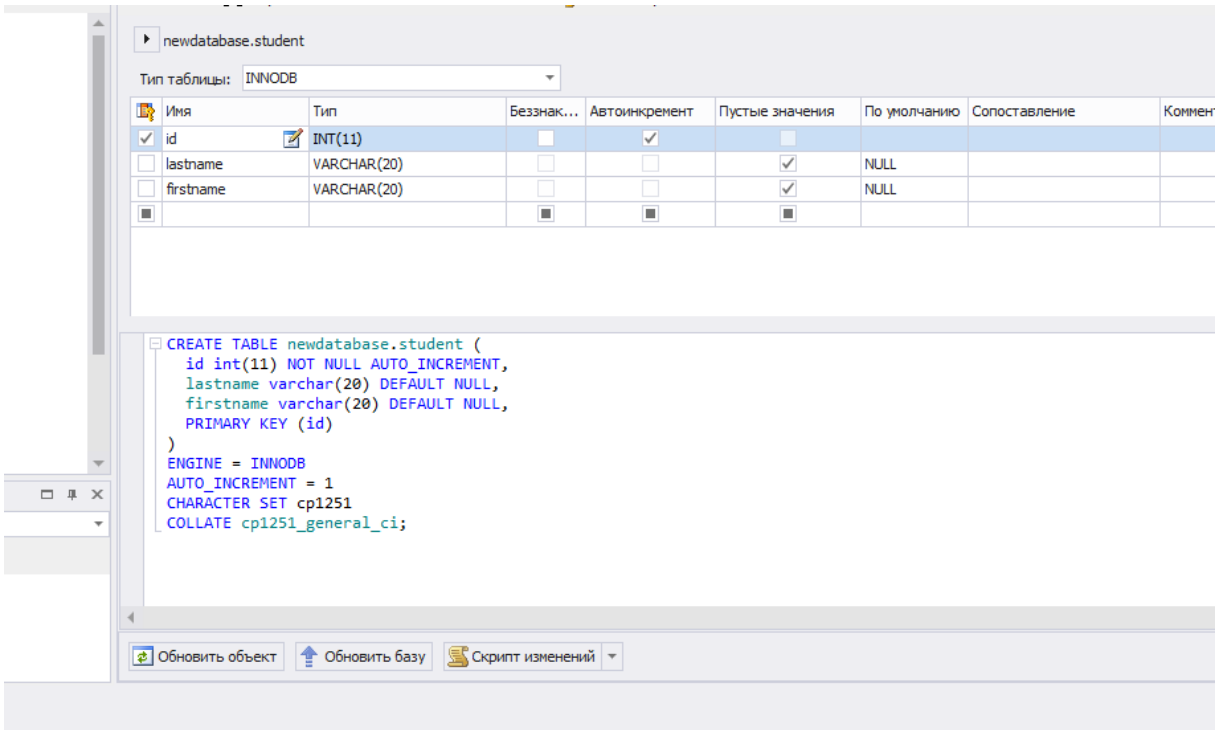


Рис. 1. Создание таблицы базы данных

В dbForge Studio for MySQL встроен визуальный дизайнер баз данных. Для создания визуального представления базы данных необходимо всего лишь перетащить требуемую базу данных или объект базы данных из Проводника на область дизайнера баз данных для MySQL. При этом все объекты, а также существующие связи будут отображены на диаграмме базы данных MySQL, чтобы сделать дальнейший анализ более простым. Благодаря высокой функциональности дизайнера можно создавать схемы баз данных любой сложности. Здесь также имеется возможность мгновенного обновления схемы баз данных. Кроме самой схемы можно добавлять наброски новых объектов на область дизайнера баз данных MySQL, присоединять любые внешние документы, добавлять штампы с описанием документа, что позволяет сделать схему данных более полной, содержательной и удобной для пользователей.

Также dbForge Studio содержит инструменты для импорта-экспорта данных. Инструмент для импорта данных, предлагаемый ею, позволяет пользователям импортировать данные из восьми широко используемых форматов (Text, MS Excel, MS Excel 2007, MS Access, XML, CSV, DBF, ODBC) и точно настраивать процесс импорта.

В dbForge Studio инструмент для импорта данных в базы MySQL представлен в виде хорошо продуманного всеобъемлющего мастера, где каждый шаг процесса представлен на отдельной странице. Кроме того, у вас есть возможность сохранить шаблон импорта, который вы можете использовать позже для импорта данных с помощью этого же мастера или через командную строку.

Вместе с инструментом для импорта данных в базы MySQL, dbForge Studio также предлагает инструмент для экспорта данных. Он может

экспортировать данные в 12 широко используемых форматов (HTML, Text, MS Excel, MS Excel 2007, MS Access, RTF, PDF, XML, CSV, ODBC, DBF, SQL).

Экспорт данных из баз MySQL можно провести с помощью мастера. В мастере вы можете легко выбрать таблицы или представления, из которых необходимо экспортировать данные, выбрать столбцы или ряд столбцов для экспорта и скорректировать опции форматирования (для текстовых форматов). Также можно сохранить шаблон с требуемыми настройками для использования его в дальнейшем в мастере или командной строке.

Очень удобным инструментом является инструмент для создания запросов. dbForge Studio позволяет создавать запросы любой сложности, которые не удавалось создавать ранее. Можно добавлять таблицы, создавать операции соединения или редактировать условия несколькими нажатиями мыши.

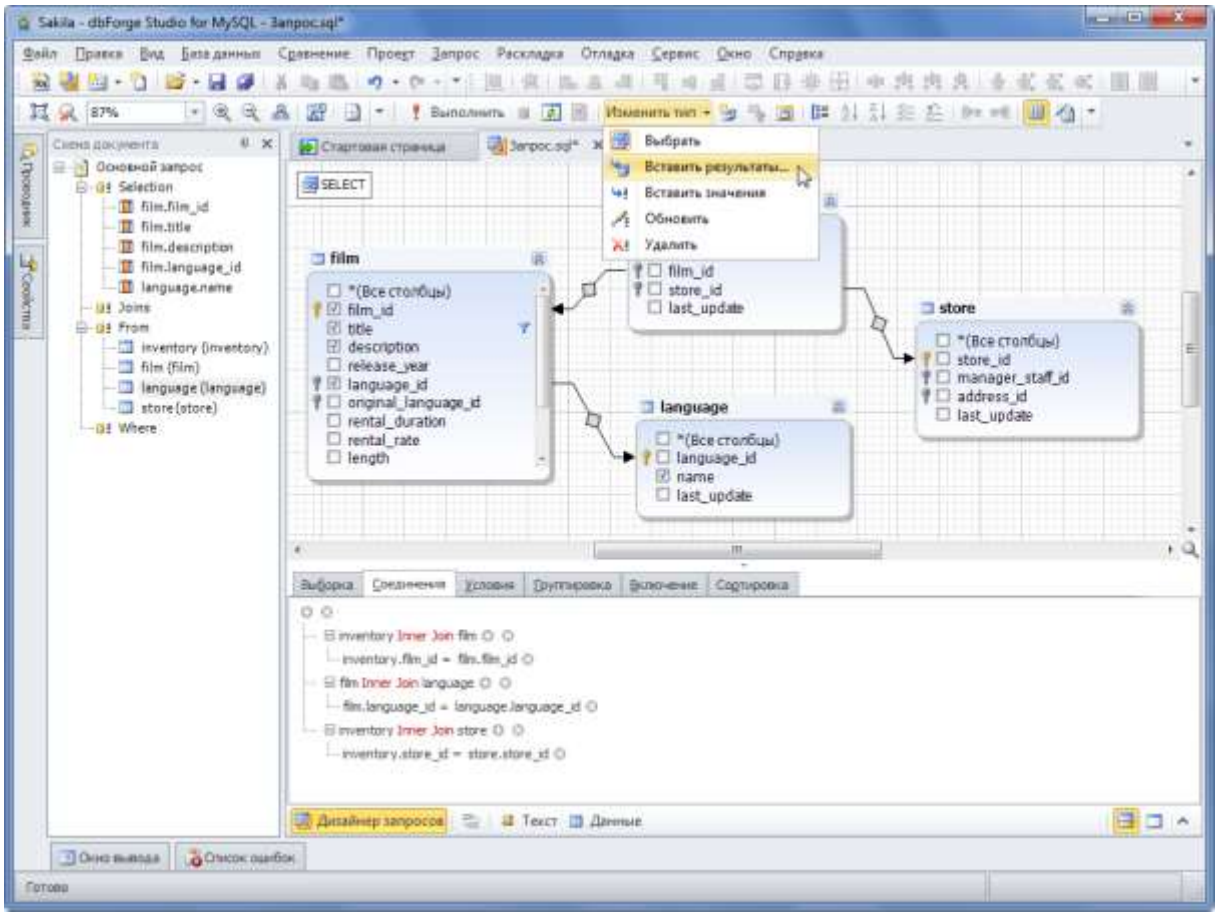


Рис. 2. Визуальный дизайнер запросов

Задача управления учетными записями пользователей является важной, но в то же время рутинной. Однако благодаря Менеджеру безопасности можно в два счета выполнять основные задачи по администрированию пользователей:

- Добавлять и удалять учетные записи
- Изменять их свойства

- Присваивать пользователям привилегии

Таким образом dbForge Studio является удобным универсальным инструментом для работы с базами данных. Она позволяет визуально создавать структуру базы данных любой сложности, выполнять SQL запросы и скрипты, и управлять пользователями и их привилегиями.

Использованные источники:

1. http://www.simplecoding.org/dbforge-studio-menedzher-mysql-baz-dannyx.html - dbForge Studio — менеджер MySQL баз данных
2. Карчевский Е.М., Филиппов И.Е. Access 2010 в примерах. Учебно-методическое пособие. КФУ, 2011. - 118 с.
3. Клецова Т.В., Овсянникова Н.В., Прохоров И.В. Базы данных: Лабораторный практикум. М.: МИФИ, 2008 – 132 с.
4. Фетисов В. Работа с MySQL с помощью dbForge Studio. http://www.kv.by/content/326273-rabota-s-mysql-s-pomoshchyu-dbforge-studio
5. Хомоненко А.Д., Цыганков В.М., Мальцев М.Г. Базы данных: Учебник для высших учебных заведений / Под ред. проф. А.Д. Хомоненко. СПб.: КОРОНА принт, 2000.

Анисимова Э.С.
ассистент
кафедра информатики и дискретной математики
Елабужский институт
Казанский (Приволжский) Федеральный Университет
Россия, г. Елабуга

SCADA-СИСТЕМА GENESIS32 ПРИ МОДЕЛИРОВАНИИ КОНВЕЙЕРНОЙ СИСТЕМЫ

Аннотация. Статья посвящена моделированию работы конвейерной системы. Моделирование производится в SCADA-системе Genesis32.

Ключевые слова: конвейер, технологический процесс, потоковая линия.

Поточное производство — прогрессивный метод организации производства, характеризующийся расчленением производственного процесса на отдельные, относительно короткие операции, выполняемые на специально оборудованных, последовательно расположенных рабочих местах — поточных линиях.

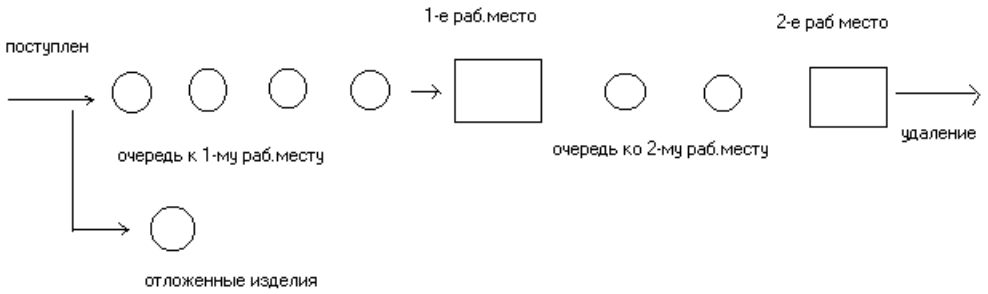
При обеспечении автоматического перемещения производимых деталей вдоль линии линия называется конвейером, а производство — конвейерным.

Признаки поточного производства

- Расположение рабочих мест в соответствии с процессом и временем
- Ритмичное выполнение производственных операций

- Синхронность и параллелизм выполнения различных операций
- Узкая специализация рабочих мест по операциям
- Высокая степень непрерывности производственного процесса
- Параллельность осуществления операций технологического процесса

Рассмотрим модель производственной поточной линии.



Выполняются 2 операции, сначала первая, потом вторая.

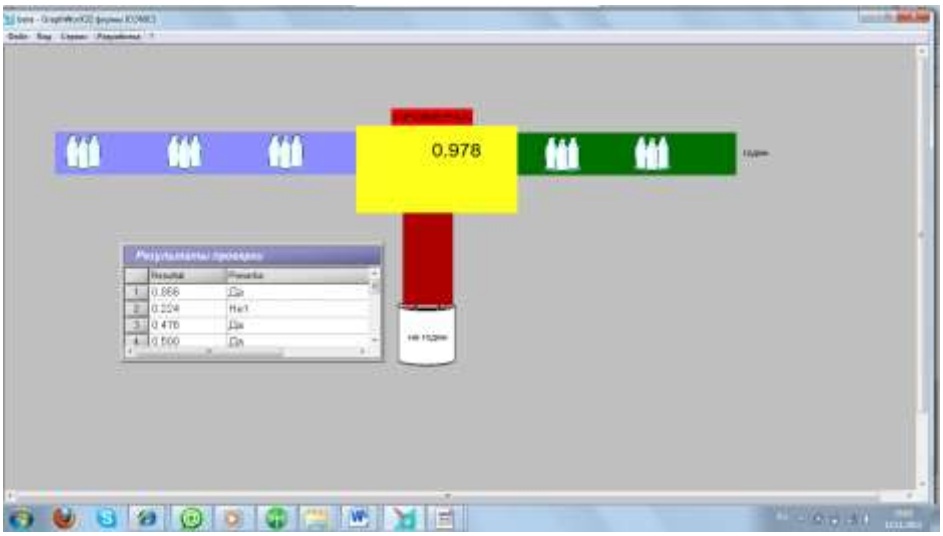
- Всего есть место для 8 (громоздкие) изделий, 4 места до 1-го Р.М. и 2 места до 2-го Р.М. (+ сами Р.М.)

- Если нет места, то поступившие изделия откладываются.

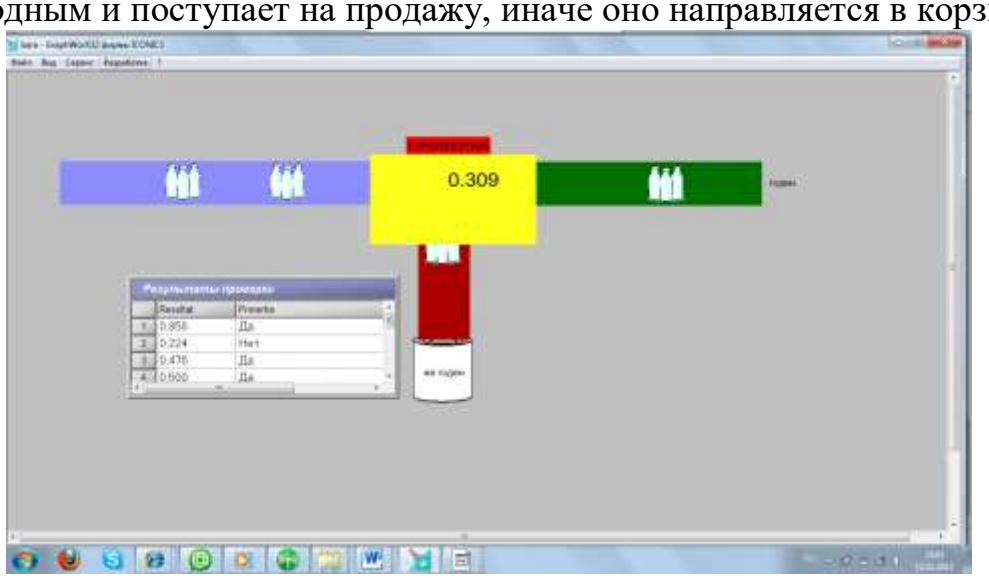
SCADA-система Genesis32 является комплексом клиентских и серверных приложений, основанных на технологии OPC (OLE for Process Control – технология связывания и внедрения объектов для промышленной автоматизации), которые предназначены для разработки прикладного программного обеспечения визуализации контролируемых параметров, сбора данных и оперативного диспетчерского управления в автоматизированных системах управления технологическими процессами (АСУТП).

Технология связывания и внедрения объектов для систем промышленной автоматизации OPC предназначена для обеспечения универсального механизма обмена данными между датчиками, исполнительными механизмами, контроллерами, устройствами связи с объектом и системами представления технологической информации, оперативного диспетчерского управления, а также системами управления базами данных.

В качестве потоковой линии была использована линия выпуска молочной продукции. Для визуализации технологического процесса и управления производством использовано клиентское приложение GraphWorX32.



Изделия поступают на линию равномерно. При поступлении очередного молочного изделия производится проверка уровня концентрации. Если уровень концентрации выше 0,400, то изделие является пригодным и поступает на продажу, иначе оно направляется в корзину.

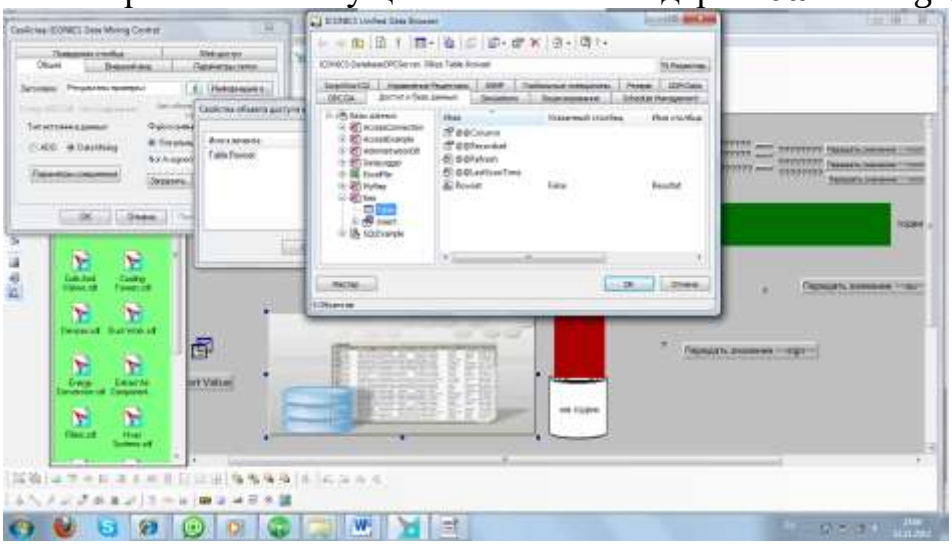


Для моделирования концентрации используется абсолютная величина имитационной переменной {{gfwsim.cosine.double}} (сигнал косинуса). Её значение появляется при прохождении изделия через контрольный участок. Также её значение становится видно и в таблице «Результаты проверки», которая связана с базой данных Konveyer2.mdb, куда поступает информация о проверке.

Table		
Resultat	**Proverka**	**Kod**
0,105	Нет	7
0,669	Да	8
1,000	Да	9
0,809	Да	10
0,309	Нет	11

Table		
Resultat	**Proverka**	**Kod**
0,856	Да	1
0,224	Нет	2
0,476	Да	3
0,500	Да	4
0,914	Да	5
0,978	Да	6

Связь приложений осуществляется благодаря Data Mining Control.



Использованные источники:

1. Малыхин В. И. Математическое моделирование экономики: Учебно-практическое пособие. – М.: Изд-во УРАО, 1998. – 160 с. .
2. Шикин Е. В., Чхартищвили А. Г., Математические методы и модели в управлении: Учеб. пособие. – 2-е издание, испр. – М.: Дело, 2002. –440 с.

Анисимова Э.С.
ассистент
кафедра информатики и дискретной математики
Елабужский институт
Казанский (Приволжский) Федеральный Университет
Россия, г. Елабуга

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОДХОДОВ К ИДЕНТИФИКАЦИИ РУКОПИСНОЙ ПОДПИСИ

Аннотация. В статье приводится классификация основных методов к проблеме идентификации рукописной подписи.

Ключевые слова: рукописная подпись, настоящая подпись, поддельная подпись, параметрический подход, функциональный подход.

Отличить настоящую подпись от поддельной визуально достаточно сложно, ведь даже подписи одного и того же автора могут существенно

различаться. В этой связи возникла задача создания автоматических систем проверки подписи. Они используют подпись off-line (статическую, написанную на бумаге) или on-line (динамическую, написанную на экране графического планшета). При использовании статической подписи используется только информация о ее изображении. При применении динамической подписи используется следующая информация:

- координата X
- координата У
- величина нажатия
- величина наклона
- азимут.

Естественно, системы, использующие динамическую подпись для подтверждения документов, имеют большую эффективность.

Разработано много методов идентификации динамической подписи.

Существующие методы идентификации основаны на применении того или иного признака в идентификациии.

Признак называется *глобальным*, если он извлекается из всей подписи (например, длина траектории подписи, полное время записи, средняя скорость, среднее ускорение, время поднятия пера).

Признак называется *локальным*, если он извлекается из каждой точки подписи (координаты, значения скорости и ускорения).

Признак называется *сегментарным*, если подпись поделена на сегменты и признак получен из целого сегмента.

Положив в основу определенные признаки, выделяют два разных подхода к идентификации динамической подписи.

1. *Параметрический* подход производит вычисление и сравнение значений *глобальных* признаков, или *параметров*, подписи. Значения признаков шаблонных подписей сохраняются на карте. Множество зннначений признаков иногда называются “сжатием” подписи.

2. Второй подход, называемый *функциональным*, предполагает значимыми значения всех выбранных *локальных* признаков подписи и осуществляет поточечное сравнение шаблонной и тестовой подписей с использованием множества этих значений. Этот подход обычно требует больше информации о подписи. Например, если дана обычная подпись, семплированная со скоростью 200 Гц, возможно получить 1000 и более точек; если в каждой точке вычисляются значения 25 признаков, то для одной подписи имеем 25000 значений признаков, необходимых для сравнения с таким же количеством значений признаков других подписей.

Сделать вывод о том, какая из описанных техник распознавания подписи лучше, достаточно сложно.

Однако в последнее время стало очевидным, что функциональный подход к распознаванию подписей превосходит чисто параметрический. Современные методы идентификации либо основаны на функциональном подходе, либо сочетают функциональный и параметрический подходы.

Исследования [1] показывают, что использование чисто параметрического подхода не может обеспечить величину EER менее 5%. Поэтому в новейших разработках используется функциональный подход и в проводимых исследованиях достигается высокая эффективность – EER менее 5%. Разработка систем распознавания on-line подписи – активно развивающаяся область и результаты исследований будут улучшаться.

Использованные источники:

1. Chang, H.D., Wang, J.F., Suen, H.M. Dynamic handwritten Chinese signature verification //Proceedings of the 2nd International Conference on Document Analysis and Recognition, Oct. 20-22, Tsukuba Science City, Japan, 1993.P: 258-261.
2. Hastie, T., Kishon, E., Clarc, M. & Fan, J. A Model for Signature Verification // Proc IEEE Int Conf on Systems, Man, and Cybernetics, Charlottesville, 1991. P. 191-196.
3. Lorette G. On-line Handwritten Signature Recognition based on Data Analysis and Clustering // Proc. of 7th International Conf. on Pattern Recognition, Montreal, 1984. V. 2. P. 1284-1287.

Ахатова Д.Ф., к.э.н.
доцент
Шарафутдинов А.Г.
Башкирский государственный аграрный университет
Россия, г. Уфа

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-СЕТЕВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ

Akhatova D.F.
P.H.D in economy Sharafutdinov A.G.
Bashkir State Agrarian University
Ufa, Russia

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СЕТЕЙ В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

В финансовой науке проводится обсуждение вопроса будущего экономического развития. Одной из таковых форм имеет возможность существовать «сетевая экономика». Изначальным звеном сетевой экономики является экономическая сеть как сложная организационная структура, основной целью которой является создание единого пространства, обеспечивающего наибольшее внедрение существующих экономических и человеческих ресурсов для изготовления и реализации товаров и услуг, развития научно-технического, производственного и трудового потенциала. Экономическая сеть сформирует экономические центры, которые играют главную роль в экономике.

Главными чертами предоставленного вида экономики являются:

– быстрое устаревание технологий;

– длительная отдача от внедрения технологий;

– информация и знания как база деятельности;

– сетевой метод взаимодействия между финансовыми субъектами

Экономику 21 века именуют экономикой познания, постиндустриальной экономикой, информационно-сетевой, цифровой... Однако смысл не меняется – научное познание и информация стали в настоящий момент не только одной из главных причин производства, но и основным фактором финансового подъема, основным источником стабильного устойчивого развития общества.

Обширное формирование информационных технологий и их проникновение в бизнес в последние десятилетия 20-го века привело к формированию сетевой экономики (Networks Economy), электронного бизнеса (Electronic Bisiness) и сетевых форм организации (Network Forms of Organization). Сетевая экономика – это экономика, осуществляемая с помощью электронных сетей. В базе сетевой экономики составляют сетевые технологии, взаимосвязи и отношения и сетевые организации. Сеть – это среда, в которой любая компания или индивид ,оказывающийся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными расходами с хоть какой другой компанией или индивидом по поводу общей работы, торговли, обмена идеями или ноу-хау либо для удовлетворения собственных потребностей.

В взаимосвязи с глобальной интеграцией экономики и развитием сети интернет возросла потребность финансовых агентов в разработке универсальной системы, которая позволяла бы вести активность на одном пространстве и по одним и тем же принципам. Формирование информационных технологий направляет экономику на творение ясной и логичной инфраструктуры, которая бы снабжала все потребности общества.

Этим основам отвечает информационно-сетевая инфраструктура экономики. В ходе изучения предложена ее теоретическая модель.

Информационно-сетевая инфраструктура экономики – это ее подструктура, часть информационной инфраструктуры, сделанная объединением экономических агентов в компьютерной сети. Тем самым гарантируется создание, сохранение, размен и потребление продуктов, произведенных на базе информации и познаний, и применяемых для достижения эффективности развития экономических отношений.

Субъекты инфраструктуры и средства труда

В данных условиях работают 3 главных вида субъектов инфраструктуры – это домашние хозяйства, компании различных форм собственности и размеров, государство. Субъектами информационно-сетевой инфраструктуры считаются финансовые агенты, которые, формируя либо применяя элементы инфраструктуры, взаимодействуют в сети с отчетливо определенными целями. Субъекты разделены на 2 главные категории:

1) те, кто принимает активное участие в разработке элементов и средств труда инфраструктуры;

2) те, кто функционально их употребляют.

Главная цель всех субъектов в инфраструктуре – использование ресурсов сети лучшим образом, чтоб получить прибыль либо извлечь нематериальную выгоду. Любой из субъектов исполняет свои функции, нежели обеспечивается производство товаров и услуг, инфраструктура является площадкой, которая или содействует исполнению нужных функций, или вполне считается механизмом для изготовления информационных товаров и оказания услуг.

Объекты инфраструктуры

Объекты инфраструктуры создают информационно-сетевую форму взаимодействия, так как трансформируют обычное взаимодействие субъектов; тут иногда изменяются функции предоставления информации и работы с ней. Объектами в предоставленном случае выступают ресурсы сети Интернет либо отдельные модули, которые имеют все шансы быть встроены в сайты. Сайты рассматриваются не только как готовый продукт, но и как рабочие составляющие, с помощью которых разрешено делать множество рабочих функций. В настоящее время ресурсы сети Интернет предполагают собой не только продукты труда, но и объекты хозяйственной деятельности, с помощью которых почти все экономические агенты могут взаимодействовать друг с другом.

Таким образом, инфраструктура считается основой развития экономики. Она гарантирует гибкость, надежность, продуктивность всех действий.

Формирование информационно-сетевой инфраструктуры экономики с учетом ее специфики и особенностей дает больше возможностей финансовым представителям работать эффективно, раскрывая наиболее скорые и результативные каналы связи между ними.

Использованные источники:

1.Алексеев И.Н. Виртуализация экономических отношений: Дисс.канд.экон.наук: 08.00.01. – Смоленск,2006.

2.Вахитова Л.Р. Особенности и противоречия формирования информационной экономики в России: АКД:08.00.01. – СПб., 2008. – 25 с.

3.Дятлов С. А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование [Текст]: монография/С.АДятлов, В.П. Марьяненко, Т.А. Селищева.- Спб.: Астерион, 2008-87стр

4. Козлова В.А. Становление системы информационной инфраструктуры как предпосылка развития российского народного хозяйства: Дисс. канд. Экон. наук: 08.00.01. – Ростов-на-Дону, 2007. – 174 с.

5. Коновалова О.Н. Информационно-сетевая экономика и переход России к инновационному типу развития: Дисс. ... канд. экон.наук: 08.00.01. – Омск, 2007.

6. Кравченко Н.А., Кузнецова С.А., Юсупова А.Т. Инфраструктура знаний // Экономическая наука современной России. – 2004. –№4. – С. 127–135.

7.Любимцева С., Сурняев В. Информационно-коммуникационные

технологии в общественном производстве // Экономист. – 2006. –№4. – С. 37–49.
8. СЕТЕВЫЕ ТОПОЛОГИИ «ШИНА» И «ЗВЕЗДА»: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ *Мошкина К.А., Шарафутдинов А.Г.* Экономика и социум. 2014. № 2-5 (11). С. 335-337.

Бажин А.А., к.соц.н.
старший преподаватель
Агрызкова Е.С.
студент 6 курса
Высшая школа бизнеса
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону

СЕТЕВЫЕ СЕРВИСЫ КАК ОСНОВА БУДУЩЕЙ IT-ИНДУСТРИИ

Ключевые слова: IT-услуги, информационный сервис, бизнесс-процессы

Современный этап развития средств коммуникации, основанный на широком применении интернет-технологий, создает условия для формирования нового экономического порядка, получившегоназвание сетевая экономика.

С точки зрения экономической теории информация имеет стоимость и поэтому технологии и средства ее получения, хранения, обработки, передачи и представления пользователю формируют информационную инфраструктуру экономики. [1] Сфера ее технологического оснащения объединяет отрасли, производящие электронику и программное обеспечение. Вместе с тем сфера применения ИТ объединяет всех пользователей информационной инфраструктуры, использующих ее услуги для удовлетворения своих конечных потребностей, занятых производством иных товаров и услуг.

За последние десятилетия, сфера услуг стала крупнейшей частью экономики многих развитых стран благодаря процессам специализации и расширения практики привлечения внешних ресурсов для реализации внутренних функций компаний. [2] Для предоставления информационных услуг, связанных с обработкой и передачей данных всё шире используется сервис-ориентированный подход. Под информационным сервисом понимается процесс информационного обслуживания, функционирующий в режиме, определяемом одним или несколькими бизнесс-процессами или проектами. [3]

В привычное понятие обслуживания обычно вкладывается именно производственная составляющая процесса предоставления услуги. Понятие «сервис» много шире. Оно включает в себя, кроме производственной:

- маркетинговую, аналитическую и прогнозную деятельность, обеспечивающую соответствие рынку;
- сбытовую деятельность, обеспечивающую привлечение и

удержание клиентов;

- ресурсно-балансирующую деятельность, позволяющую оптимизировать и управлять ресурсами;
- деятельность по внутреннему развитию самого сервиса и его инфраструктуры.

Условия для появления и широкого распространения сервисного подхода появились благодаря достижению определенного уровня развития ИТ и их проникновения в экономику. [5] На протяжении последних десятилетий ИТ встраивались в производственную и торговую инфраструктуру ведущих стран Запада и давали передовым компаниям серьезные конкурентные преимущества.

До недавнего времени наиболее ценная информация была доступна лишь очень ограниченному, а менее ценная – большому количеству пользователей. Обмен наиболее ценной информацией требовал или географической близости пользователей, или наличия специальных каналов связи. Передать информацию большому количеству пользователей можно было только при условии снижения ее качества. Прежние технологии не позволяли сочетать ценность информации и ее желаемую доступность.

Открытые глобальные сети, позволяют получать необходимую информацию, а глобальные стандарты позволяют её структурировать и обеспечивать совместимость систем для её обработки. Исчезновение взаимозависимости между ценностью и доступностью в корне меняет экономические отношения во всех их проявлениях. Возможность пользователей обмениваться ценной информацией без ограничений по доступности позволяет построить на новых принципах цепочки стоимости, цепочки поставок, розничное сервисное обслуживание и структуру организаций.

Сервисный подход к предоставлению ИТ-услуг позволяет создать «подушку безопасности», позволяющую сгладить влияние внедрения новых технологий на текущую деятельность организации, что позволяет наиболее эффективно и практически незаметно для пользователей реализовывать инновации. Сервис позволяет выработать оптимальные стратегии внедрения инноваций, путем их реализации в рамках эволюционной модернизации существующей инфраструктуры.

С середины 90-х годов на первый план для предприятий выходит задача оптимизации ИТ-затрат, что вместе с прогрессом технологий породило тенденцию привлечения внешних ресурсов для решения внутренних задач, в тех же трех направлениях. Появился спрос на ИТ-сервисы, предоставляемые внешними поставщиками.[4]

По мере того как ИТ-сервисы становятся массовыми, потребители начинают получать все большую отдачу благодаря следующим факторам:

а) совершенствующиеся технологии снижают расходы на инфраструктуру и позволяют увеличить эффективность операций;

б) расходы снижаются за счет экономии от роста масштаба

производства;

в) высокий спрос усиливает конкуренцию, что приводит к снижению цен и способствует росту инвестиций в новые технологии.

В результате на ИТ-рынке сегодня формируется новый взгляд на массовые продукты. В эту категорию переходит не только индивидуальное аппаратное и программное обеспечение, но и программные комплексы, системное ПО и инфраструктура. Всё это вместе с изменениями в сфере продаж и предоставления доступа к ИТ, сформировало концепцию в рамках которой разделяемые, удаленные ресурсы обеспечивают возможности масштабирования вычислений по сетям в виде предоставляемых по требованию, платных сервисов.

Такие технологии обработки данных, в которых компьютерные ресурсы предоставляются заказчикам, как Интернет-сервис, объединяются под общим названием «облачные вычисления». С точки зрения взаимодействия поставщиков и потребителей, данный подход реализуется в моделях продажи программного обеспечения, при которых поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя заказчикам доступ к ПО через Интернет – «ПО как сервис».

Таким образом, в отличие от классической схемы лицензирования ПО, заказчик несет сравнительно небольшие периодические затраты, и ему не требуется инвестировать существенные средства для приобретения ПО и аппаратной платформы для его развертывания и, затем, обеспечивать работоспособность.

В качестве выводов, можно заключить, что в условиях информационной экономики компании всё шире используют сервисный подход для организации предоставления информационных услуг, как для внутренних, так и для внешних заказчиков. По мере развития компьютерных сетей они становятся реальной информационно-инфраструктурной основой бизнеса. Происходит конвергенция бизнеса с сетевыми технологиями, при этом на смену централизованным системам приходят распределенные и слабосвязанные системы, в которых прямые связи заменяются взаимодействующими сервисами.

Использованные источники:

1. Курочкин В.Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: монография. - Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014
2. Курочкин В.Н. Системный подход к исследованию отраслевой экономики.- Вестник аграрной науки Дона. 2013. № 3 (23). С. 84-93.
3. Бажин А.А. Социокультурный статус экономического и юридического образования в модернизирующемся российском обществе. дис... канд. соц, наук: Ростов-на-Дону, 2005, С 47.
4. История экономических учений. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / И. П. Денисова, Л. Р. Клиновенко, А. В. Щербина. Москва, 2008. Сер. Экономика и управление

5. Щербина А.В. Конкуренция на региональных рынках профессионально-образовательных услуг: факторы, механизмы, регулирование (на материалах ростовской области), диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: Ростов-на-Дону, 2002

Бажин А.А., к.соц.н.
старший преподаватель
Ушакова О.Н.
студент 6 курса
Высшая школа бизнеса
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону

ОБЛАЧНЫЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ КАК ЭВОЛЮЦИЯ IT-СЕРВИСОВ

Ключевые слова: IT-услуги, информационный сервис, бизнес-процессы, облачные вычисления, сетевая экономика

Во втором десятилетии XXI века главным трендом мирового рынка ИТ стало развитие Cloud Computing — технологий распределённой обработки данных или «облачных» технологий. Распределенная обработка данных в широком смысле не является чем-то революционным, это скорее результат поступательного развития, позволяющий потребителю получать новые качественные преимущества в использовании услуг, в том числе в области информационных технологий, и сосредоточиться на главных задачах.

Конечно, «облачные вычисления» – это не только технологическая инновация, но и способ создания новых бизнес-моделей для поставщиков ИТ, когда даже у небольших производителей ИТ-продуктов, в том числе и в регионах России, появляется возможность быстрого предложения услуг рынку и малозатратного способа воплощения бизнес-идей. В то же время, привлечение компаний-владельцев собственных облачных вычислительных платформ в Россию будет стимулировать появление российских облачных платформ и позволит привлечь инвестиции крупных компаний в развитие сектора разработки ПО для облачных вычислений.

Надо сказать, что на российском рынке уже есть истории успеха облачных провайдеров. В качестве показательных примеров можно отметить компанию СКБ Контур, развивающую собственный сервис бухгалтерской отчетности, и компанию Мегаплан, предлагающую простой в использовании облачный CRM-продукт. Сегодня большинство участников ИТ-рынка знакомо с этими компаниями и их продуктами, а ведь еще 3-4 года назад ситуация была диаметрально противоположной. Облачные программные продукты, в противовес тяжелым ERP-системам 1С, IBM, Microsoft, Oracle, SAP и др., как правило, более просты в освоении конечными пользователями и способны удовлетворить потребности большинства малых и средних компаний, а так же успешно решить отдельные задачи крупных компаний.[1]

Приложения как сервис (SaaS) не требуют ни дорогостоящих проектов внедрения, ни капитальных затрат на приобретение лицензии, ни расходов на поддержку бизнес-приложений. А главное, помесячная оплата за использование дает предприятию возможность самостоятельно опробовать возможные варианты и выбрать наиболее подходящий для компании.

Потребление же инфраструктуры как сервиса (IaaS) напротив, в большей степени направлено на крупный бизнес с целью сокращения капитальных затрат на приобретение и обслуживание серверной инфраструктуры компании. Уже сегодня на российском рынке есть кейсы приобретения больших объемов мощностей крупными компаниями для своих нужд. Заказчик может устанавливать на арендованных виртуальных серверах любые операционные системы, размещать все необходимые ему приложения, обеспечивать требуемый уровень информационной безопасности и т.д. Широко распространена на рынке статистика, говорящая о том, что обычно 85% серверных мощностей простаивают впустую – сюда входит и резерв мощности, и резервное копирование данных и др. Потребление ресурсов из облака позволяет платить только за те объемы, которые необходимы компании в текущий момент. Это преимущество облачных ресурсов является особенно критичным для компаний, бизнес которых имеет сезонный характер. К примеру, компания по производству мороженного нуждается в большем объеме мощностей летом, потому что производит и реализует большие объемы своей продукции. Кроме того, аренда инфраструктуры как услуги выгодна для компаний, которые нуждаются в различном объеме мощностей в зависимости от проекта, например, для дизайнерских или архитектурных студий.[2]

Отдельно необходимо сказать о приобретении рабочих мест в облаке (DaaS). Эта услуга еще не приобрела достаточного освещения на рынке, но представляется одной из наиболее перспективных с точки зрения организации бизнеса компании. Рабочие места в облаке с технической точки зрения представляют собой удаленные рабочие столы с установленной операционной системой и набором необходимых приложений (офисный пакет, почтовый клиент, мессенджеры, специальное ПО), к которым обеспечен доступ по технологии RDP (Remote Desktop Protocol).

С точки зрения конечного пользователя это доступ к своему рабочему компьютеру из любой точки мира, где есть интернет, с любого устройства, будь то ноутбук, смартфон или планшет. Виртуальное рабочее место позволяет сотрудникам работать без потери производительности как на обычных офисных компьютерах или тонких клиентах, так и на любых других устройствах (смартфонах и планшетах), так как все вычисления происходят на инфраструктуре внешнего дата-центра. Выгода такого решения очевидна для организации работы удаленных сотрудников – виртуальное рабочее место отвязывает сотрудника от офиса и привязывает его только к доступу в интернет. С учетом возможности организации виртуальной телефонии (MS Lync, Skype) можно сказать, что для

полноценной работы необходимо просто подключиться к своему рабочему столу.

Говоря об облачных вычислениях, надо сказать о возможной эволюции ИТ, к которой рынок может прийти в будущем. Аналитики называют эту модель «ИТ как сервис» (ITaaS). Из названия следует, что при использовании этой модели предполагается потребление всех ИТ-ресурсов, будь то аппаратное или программное обеспечение или услуги, как сервиса. На практике это означает вынесение всех мощностей в специализированные дата-центры, размещение в них необходимых приложений и аренда оборудования для доступа к этим ресурсам. Обслуживание арендованных устройств также осуществляется поставщиком услуг. Пока такая организация взаимодействия поставщика и заказчика услуг практически не распространена на российском рынке. Лидеры рынка уже реализуют такие проекты для своих заказчиков в качестве пилотных, но до массового распространения еще далеко. Можно предположить, что пионерами в развитии и распространения услуги «ИТ как сервис» выступят крупные многофилиальные компании – розничные сети и финансовые организации.[3] Для них это будет возможностью сократить капитальные затраты на приобретение инфраструктуры и затраты на поиск, обучение и работу ИТ-персонала в филиалах. Как следствие, бизнес получит большую мобильность и гибкость при открытии новых филиалов.

Необходимо заметить, что помимо вышеназванных преимуществ облачных моделей, передача непрофильных бизнес-процессов на исполнение внешним компаниям и сокращение капитальных затрат на ИТ путем перевода их в операционные повышает привлекательность компании для финансовых институтов. Это актуально, если акции предприятия торгуются на бирже, или компания приняла решение о выходе на IPO.

Резюмируя, можно сделать простой вывод – облачные вычисления будут развиваться, а рынок cloud computing в России будет расти. Преимущества этой модели очевидны, а потому уже сейчас организовываются различные способы обеспечения необходимого уровня информационной безопасности и доступа к сервису. На наш взгляд, катализатором развития этого направления в информационных технологиях должно выступить государство. Для органов государственной власти облачные технологии не просто являются удобным способом организации электронного правительства и информатизации управляющих госструктур, а настоящим мостом к созданию открытого информационного общества.[4]

Использованные источники:

1. Курочкин В.Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: монография. - Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014
2. Курочкин В.Н. Системный подход к исследованию отраслевой экономики.- Вестник аграрной науки Дона. 2013. № 3 (23). С. 84-93.
3. История экономических учений. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / И. П.

Денисова, Л. Р. Клиновенко, А. В. Щербина. Москва, 2008. Сер. Экономика и управление
4. Щербина А.В. Конкуренция на региональных рынках профессионально-образовательных услуг: факторы, механизмы, регулирование (на материалах ростовской области), диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: Ростов-на-Дону, 2002

Басманов С.Н.
аспирант
Басманова А.А.
аспирант
кафедра «Мехатроника»
ФГБОУ ВПО Уральский государственный
университет путей сообщения
Россия, г. Екатеринбург

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ КОМПЛЕКСНОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ПОТОКАМИ В РАМКАХ МЕДИЦИНСКОГО ДИАГНОСТИЧЕСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

В ходе исследования была разработана концептуальная структура система комплексной автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения. Данная система является гибкой с единым информационным центром. Разработанная концепция рассматривает вопрос организации единого информационного пространства внутри медицинского предприятия с возможностью внешнего информационного обмена с другими лечебно профилактическими учреждениями. Результат работы позволит повысить производительность, снизить затраты на проведение исследований и более оперативно реагировать на внешние и внутренние изменения.

Ключевые слова: единое информационное пространство, медицинское диагностическое учреждение, автоматизация информационных потоков, внешний информационный обмен.

На сегодняшний день уровень автоматизации и информатизации медицинских учреждений находится на низком уровне. Объемы данных, накапливаемые в медицинских предприятиях, обрабатываются ручными методами, что в первую очередь влияет на качество обслуживания и время формирования заключения. В связи с этим появилась необходимость в разработке концептуальной структуры системы комплексной автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения.

Целью исследования является разработка концептуальной структуры системы комплексной автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения.

Разработка концептуальной структуры системы комплексной

автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения предлагает информационное взаимодействие между подразделениями предприятия, внешними органами и предприятиями, автоматизацию информационных потоков на всех уровнях системы, а также организацию единого информационного пространства.

Основным этапом развития информационных систем в сфере медицины является комплексная автоматизация и информатизация, проводимая внутри каждого предприятия, целью которой является уменьшение трудозатрат персонала на выполнение типовых производственных и вспомогательных операций путем внедрения автоматизированных рабочих мест [1]. Спецификой медицинского диагностического предприятия является наличие большого числа автоматизированного и автоматического диагностического оборудования в сочетании с использованием ручных методик исследования, поэтому разрабатываемая концептуальная система должна быть «гибкой» в настойке и перестройке своего технологического уровня. Гибкость подключения имеющегося и приобретаемого в будущем основного производственного оборудования позволит:

– быстро реагировать на изменение состава основного технологического оборудования, вызванного плановыми процессами и внеплановыми ситуациями;

– согласованность между собой отдельные стадии процесса;

– сделать работу системы более надежной [2].

Важным этапом является внедрение технологии «рабочего листа», которая позволит автоматизировать передачу задания на выполняемые исследования для автоматических анализаторов. При этом анализатор получает задание на исследование для каждого материала не с панели оператора, а из базы данных после считывания маркировки материала и обращения к базе с запросом требуемых исследований для каждого конкретного материала. Регистрация заказа в базе данных осуществляется оператором или автоматизированным способом.

Этап регистрации выполняется по средствам «Инициализация задания» и «Внешнего информационного обмена». «Внешний информационный обмен» осуществляется автоматизированным способом при помощи разработанного протокола передачи информации, на уровне которого все участники могут:

– иметь и накапливать собственную базу данных;

– обмениваться информацией с другими участниками, в том числе в виде разовых запросов;

– передавать всю или часть накапливаемой информации другим участниками информационного обмена [3].

Правильное выполнение регистрация заказа непосредственно влияет на экономическую и организационную организацию системы.

Важным элементом разрабатываемой концептуальная структуры

системы комплексной автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения является единое информационное пространство [4], представленное реляционной базой данных. На уровне единого информационного пространства выполняются следующие функции:

– создание единого банка данных пациентов и выполненных исследований для всех подразделений;

– стандартизация и унификация проводимых исследований, входных и выходных форм данных, основных и вспомогательных технологических данных.

После внедрения единого информационного пространства все данные предприятия, становятся едиными для всех его подразделений. Данный этап является наиболее трудоемким и затратным с финансовой и временной точки зрения. Одним из основных условий разработки концептуальной структуры системы комплексной автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения является единая для всех подразделений маркировка материалов.

Управление медицинской системой комплексной автоматизации осуществляется по средствам автоматизированных рабочих мест (АРМ). Результаты исследований поступают в единое информационное пространство. Выдача результатов исследований может производиться несколькими способами:

1. Физическая выдача заверенных результатов. Данный способ является традиционным.

2. Выдача результатов в электронном виде. Данный способ является альтернативным и обеспечивает большее удобство для клиентов, что повышает их уровень лояльности.

3. Передача результатов исследований при помощи модуля внешнего информационного обмена. Данный способ обеспечивает высокий уровень автоматизации информационного обмена [4].

Таким образом, разработка концептуальной структуры системы комплексной автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения позволит реализовать информационный обмен между подразделениями предприятия и внешними медицинскими учреждениями, уменьшая количество однотипной рутинной работы, осуществлять полный контроль деятельности предприятия и формировать комплексную отчетность.

Разработка концептуальной структуры системы комплексной автоматизации управления информационными потоками в рамках медицинского диагностического учреждения приведет медицинское диагностическое учреждение на новый технологический и организационный уровни, и сделает его более конкурентно способным в современных экономических условиях.

Использованные источники:

1. Готлиб Б.М, Вакалюк А.А., Басманов С.Н., Устюгова А.А. Разработка концептуальной автоматизированной медицинской информационной системы методом функционально-структурного анализа// Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №6.
2. Выжигин А.Ю. Гибкие производственные системы: учеб. для вузов. – М.: Машиностроение, 2009. — 288 с.
3. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. М.: МИФИ, 2003. — С. 41-51
4. Попов В.С., Горохов А.В., Комаров С.И. Создание единого информационного пространства многопрофильного лечебно-профилактического учреждения: проблемы и решения// Труды международн. конф. "Программные системы: теория и приложения" (Переславль-Залесский, 13-14 май 2004 г.). — Переславль-Залесский, 2004. — С.133-146

Басманов С.Н.
аспирант
Басманова А.А.
аспирант
кафедра «Мехатроника»
ФГБОУ ВПО Уральский государственный
университет путей сообщения
Россия, г. Екатеринбург

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МЕДИЦИНСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ МЕТОДОМ СТРУКТУРНОГО АНАЛИЗА

Разработана концептуальная автоматизированная система медицинского учреждения методом структурного анализа. Приведены структурные элементы системы, работающие в полу- и автоматическом режимах. Рассмотрена возможность организации единого информационного пространства. Введение данной системы позволит увеличить эффективность работы, снизит трудозатраты и время выполнения операций.

Ключевые слова: структурный анализ, база данных, комплексная автоматизация, автоматизированное рабочее место.

Современные медицинские предприятия накапливают огромные объемы данных. От того, насколько быстро и эффективно они будут обрабатываться зависит время и качество выполняемых исследований. Одними из факторов, влияющих на время обработки данных, являются автоматизация и информатизация. К сожалению, уровень автоматизации и информатизации современных медицинских учреждений остается на низком уровне. В связи с этим появилась необходимость в разработке концептуальной автоматизированной системы медицинского учреждения методом структурного анализа.

Актуальность исследований обусловлена необходимостью разработки концептуальной автоматизированной системы медицинского учреждения методом структурного анализа с целью повышения качества обслуживания и уменьшением времени, затраченного на типовые операции.

Целью исследования является разработка концептуальной автоматизированной системы медицинского учреждения методом структурного анализа.

Разработка концептуальной автоматизированной системы медицинского учреждения методом структурного анализа рассматривает вопросы организации единого информационного центра, обеспечивающего взаимодействия между подразделениями предприятия, а также внешними органами и предприятием.

Структурный анализ является одним из подходов к комплексному проектированию систем различного назначения [1]. Структура системы подразумевает наличие элементов, работающих в полуавтоматическом и автоматическом режимах, а также связывающих их внешние интерфейсные элементы [2]. Элементы, работающие в полуавтоматическом режиме представлены следующими автоматизированными рабочими местами (АРМ): АРМ регистратуры, АРМ лаборатории, АРМ управления, АРМ вспомогательных подразделений.

В полуавтоматическом режиме работает автоматический прибор, линия.

Элементы, работающие в автоматическом режиме: база данных; автоматический прибор, линия; модуль внешнего обмена; модуль основной отчетности; модуль вспомогательной отчетности.

Выполнение медицинского исследования начинается с его регистрации в системе, осуществляемое по двум источникам внешним (взаимодействие с другими медицинскими учреждениями) и внутренним (непосредственно на уровне учреждения). Инициализация заказа по внутренним источникам начинается с АРМ регистратуры, представленного компьютером со специальным программным обеспечением, основной функцией которого является занесения карточки пациента с заданием на исследование в базу данных. Данное действие выполняется регистраторами централизованно или в подразделениях. Регистрация пациента по внешним источникам ведется по защищенным каналам по средствам модуля внешнего обмена, представленного единой пакетной программой, содержащей базу данных внешних медицинских учреждений.

На этапе регистрации необходимо добиться безошибочного ввода основных параметров, таких как персональные данные пациента, параметры заказчика, параметры направляющей организации. Основным направлением данного этапа является максимальное упрощения ввода данных, с целью уменьшения ошибок «человеческого характера».

Вся информация о работе системы поступает в базу данных (БД), представленной сервером. Сервер позволяет осуществлять функции:

– хранения и обработки данных, обеспечивая их целостность;
– объединения всех модулей системы;
– распределением данных между отдельными подразделениями предприятия [3].

Данные предприятия, записанные на сервер, становятся едиными для всех подразделений. В целях организации работы с базой данных, необходимо обеспечить компьютерную грамотность персонала. Стадия создания БД является наиболее трудоемкой и затратной с финансовой и временной точки зрения.

Автоматический диагностический прибор генерирует запрос к базе данных для получения требуемого задания на выполнение исследований по технологии «рабочего листа», а после его выполнения отправляют результаты обратно в базу данных. После получения данных результатов исследований производится проверка результатов и сравнение их с нормами, генерируется заключение. Далее результаты с заключением отсылаются в АРМ лабораторию, где специалист подтверждает заключения и формирует вывод результатов на фирменный бланк [4].

Таким образом, реализована работа модуля основной отчетности.

Помимо модуля основной отчетности в системе присутствует модуль вспомогательной отчетности, реализующий экономические, юридические и хозяйственные функции. Данный модуль представлен специальными программными пакетами, формирующими отчеты по показателям работы по подразделениям, которые стекаются в АРМ управления. АРМ управления в свою очередь осуществляет функцию контроля над работой системы. Фактически функции модуля вспомогательной отчетности выполняются ответственными отделами предприятия при помощи АРМ.

Итогом работы системы является автоматизированное формирование комплексной отчетности, включающей в себя основные и вспомогательные модули.

Связь между устройствами системы осуществляется по средствам внешних интерфейсов – аппаратно-программных комплексов в составе адаптированного протокола передачи данных, индивидуального для каждого адресата приемопередачи данных, и защищенного канала связи, требуемого для защиты данных.

Разработка концептуальной автоматизированной системы медицинского учреждения методом структурного анализа предполагает создание АРМ, БД, ПО и повышения уровня компьютерной грамотности персонала.

Таким образом, разработка концептуальной автоматизированной системы медицинского учреждения методом структурного анализа позволит выявить структуру предприятия и взаимосвязи между ее элементами. Такой подход к разработке позволит сделать систему масштабируемой с одной стороны и обеспечит возможность настройки индивидуальных параметров процесса для каждого из подразделений с другой стороны.

Использованные источники:
1. Подураев Ю. В., Логинов А. В. Анализ и проектирование мехатронных систем на основе критерия функционально-структурной интеграции. Ч. 2. Проектирование систем компьютерного управления для манипуляционного робота РИМА-560// Мехатроника, автоматизация, управление. — 2003. — № 2. — С. 22-28.
2. Подураев Ю. В. Структурный анализ мехатронных систем на основе показателя распределения функциональной нагрузки // Мехатроника, автоматизация, управление. — 2004. — №6. — С. 21-26
3. Таллоч М. Знакомство с Windows Server 2008. — М.: Русская редакция, 2008. — С. 7-13
4. Готлиб Б.М, Вакалюк А.А., Басманов С.Н., Устюгова А.А. Разработка концептуальной автоматизированной медицинской информационной системы методом функционально-структурного анализа// Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №6.

Блохина Ю.Н.
преподаватель
отделение среднего профессионального образования
Ковылкинский филиал
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Ковылкино

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Из-за стремительного нарастания объема информации, знания сами по себе перестают быть самоцелью, они становятся условием для успешной реализации личности в ее дальнейшей профессиональной деятельности, в связи с этим, в настоящее время информационные технологии широко используются в изучении иностранных языков. Но все, же обучение иностранному языку является многогранным процессом, основной целью которого является развитие личности, способной и желающей участвовать в межкультурной коммуникации. Основная трудность при овладении иностранным языком заключается в выработке навыков и умений аудирования и говорения [1, 29]. Неоценимую помощь в этом оказывают информационные технологии. В этой связи их задача состоит в том, чтобы помочь обучаемым овладеть иностранным языком на уровне со своим родным.

В англоязычных источниках техническими средствами обучения (ТСО) называют аудиовизуальные средства, которые делятся на жесткие (hardware) и мягкие (software). К жестким относятся магнитофоны, проекторы, телевизоры, компьютеры, к мягким – носители информации: грампластинки, магнитная лента, магнитные и оптические диски, слайды, кинофильмы. Но классифицировать технические средства обучения сложно в силу разнообразия их устройства, функциональных возможностей,

способов предъявления информации.

К часто используемым средствам обучения относятся видео и аудиокурсы, специализированные сайты, обучающие приложения на портативных устройствах и компьютерах, электронные словари и энциклопедии. При выборе метода обучения необходимо учитывать степень сложности: сможет ли обучаемый воспринять получаемую информацию из предложенной программы или курса и выбрать более приемлемый вариант. [2, 74].

Существует также много различных видов технологий, которые могут быть классифицированы как мобильные. Мобильные технологии развиваются настолько быстрыми темпами, что они прочно вошли в нашу жизнь и ни один человек не представляет себя без компьютера и мобильного телефона. Под мобильным обучением понимается электронное обучение с помощью мобильных устройств, независимо от времени и места, с использованием специального программного обеспечения на педагогической основе междисциплинарного и модульного подходов. Мобильные технологии можно разделить на:

1. Портативные и персональные – мобильные телефоны, планшеты, ноутбуки, цифровые устройства.

2. Стационарные и общедоступные – электронные доски, лингафонное оборудование, оборудование для видеоконференций.

В качестве персональных устройств смартфоны идеально подходят для индивидуального неформального учения.

Не последнее место в изучении иностранных языков играют он-лайн словари и энциклопедии. С их помощью можно быстро узнать правописание и значение слова, его ударения, синонимы, антонимы и фразеологизмы. В сети Интернет имеются электронные библиотеки с ссылками на разного рода он-лайн словари и энциклопедии.

Сайты предназначенные для изучения иностранных языков можно условно разделить на две группы: интерактивные обучающие сайты и социальные сети для общения с носителями языка. Некоторые сайты сочетают в себе черты обоих типов: интерактивное обучение на них проходит не в автоматическом режиме, а при непосредственном участии носителей языка, при этом пользователь может выступать как в роли ученика, так и в роли учителя. Самые распространенные из них это:

1. LinguaLeo (lingualeo.com) – это известный веб-сервис для изучения английского языка, основную аудиторию которого составляют пользователи из России и стран СНГ. Для того чтобы пользоваться сервисом, на нем нужно зарегистрироваться. При первом входе на сайт можно пройти тестирование на уровень владения языком, исходя из результатов которого вам будут выдаваться задания, соответствующие вашему уровню. После регистрации и проверки или самостоятельного указания уровня знаний вы получаете виртуального питомца – львенка, которого нужно кормить фрикадельками. Фрикадельки – это своего рода игровая валюта, которую вы

будете получать за регулярное и эффективное выполнение занятия. Пользователи сервиса получают доступ к обширной базе знаний: текстовым и мультимедийным (видео, аудио) материалам, интерактивным курсам, тематическим глоссариям, разнообразным тестовым заданиям. Основная часть контента на сайте бесплатная, но за скромную сумму можно купить «золотой статус», который снимает немногочисленные существующие ограничения на доступ к контенту.

2. Lang-8 (lang-8.com) помогает в изучении не только английского, но и других языков, в отличии от LinguaLeo. Правда, попрактиковаться на нем можно лишь в письменной речи. По сути, Lang-8 – это социальная сеть для изучения языков, построенная по принципу взаимопомощи. После регистрации вы можете написать текст на изучаемом языке, после чего его можно будет отдать на проверку носителям языка. В свою очередь, вы можете проверять тексты других пользователей, написанные на вашем родном языке. На Lang-8 зарегистрированы носители около 90 языков из 190 стран.

3. Livemocha (livemocha.com) – еще одна социальная сеть для изучения иностранных языков. В отличие от Lang-8, здесь можно не только писать тексты, но и выполнять упражнения, которые потом проверяются носителями языка. Программа обучения включает упражнения на лексику, чтение, письмо, устную речь. Кстати, с другими пользователями можно общаться не только письменно, но и устно – в аудио- и видеочатах. Каждый пользователь Livemocha может выступать в роли как ученика, так и учителя. У всех пользователей сервиса есть рейтинг, по которому можно определить степень их «квалификации» как учителей. Участие в проекте бесплатное, но за свою активность можно зарабатывать жетоны и использовать их для приобретения бонусов – например, индивидуального занятия с определенным учителем.

Применение компьютерных образовательных программ в изучении иностранного языка повышает эффективность решения коммуникативных задач, развивает виды речевой деятельности у обучаемого, формирует устойчивую мотивацию к изучению иноязычной деятельности. Сейчас мы имеет свободный доступ к знаниям и это в свою очередь облегчает обучение и дает возможность выбрать более удобный для этого способ.

Использованные источники:

1. Андреева А.А., Введение в Интернет-образование. – М.: Логос, 2003. – 76с.
2. Иванова Н.В., Эффективное использование новых информационных технологий в преподавании английского языка в средней школе. – Красноярск: БУКВА, 2004. – 112с.
3. Карамышева Т.В., Изучение иностранных языков с помощью компьютера. – СПБ: Союз, 2001. – 71с.
4. Кочергина И.В., Применение ИКТ на уроке английского языка // Иностранные языки в школе, 2010, №4, с.67-74.

5. Никитенко С.Г., Интернет для учителей иностранного // Иностранные языки в школе, 2002, №5, с.51-54.
6. Подопригорова Л.А., Использование Интернета в обучении иностранным языкам // Иностранные языки в школе, 2003, №5, с.25-31.
7. Полат Е.С., Интернет на уроках иностранного языка. // Иностранные языки в школе, 2005, №3, с.54-59.

Богданова Е.Н.
доцент
кафедра менеджмента
Маслов М.В.
студент 6 курса
специальность «Менеджмент организации»
Северный (Арктический) федеральный
университет имени М.В. Ломоносова
Россия, г. Северодвинск

МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВ НА РЫНКЕ POS-КРЕДИТОВАНИЯ В АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Современные тенденции банковского кредитования свидетельствуют о том, что большинство российских банков расширяют ассортимент кредитных продуктов, применяют агрессивную кредитную политику при сохраняющемся риске невозврата средств, что делает актуальным внедрение эффективных методик управления кредитным риском. Совершенствование банковской политики по управлению кредитным риском с использованием кредитных историй целесообразно рассматривать как метод достижения конкурентоспособности, устойчивости и безопасности функционирования современного банка. Конкуренция банков за надежных заемщиков обусловила востребованность услуг бюро кредитных историй, которое, в соответствии с Федеральным законом «О кредитных историях» № 218-ФЗ от 30.12.2004 г., является юридическим лицом, зарегистрированным в соответствии с законодательством Российской Федерации, являющимся коммерческой организацией и оказывающим услуги по формированию, обработке и хранению, кредитных историй, а также по предоставлению кредитных отчетов и сопутствующих услуг. [3] Регулятором, который осуществляет контроль и надзор за деятельностью бюро кредитных историй, является Федеральная служба по финансовым рынкам. Деятельность бюро кредитных историй с банками и их клиентами ориентирована на решение проблем, связанных с кредитными операциями, что обусловливает повышенный интерес к тому, как развиваются бюро кредитных историй, и как они могут влиять на укрепление банковской и финансовой сферы государства. Оценка банками кредитоспособности заемщика осуществляется на основе системы финансовых коэффициентов, данных анализа денежных потоков, качества его кредитной истории. Таким образом, бюро кредитных историй является важным элементом банковской инфраструктуры,

призванным упростить деятельность кредитных организаций, снизить их риски в процессе кредитования заемщиков, а также предоставить добросовестным субъектам кредитных историй возможность получения кредитов на более выгодных условиях.

Бюро – это организация, которая призвана аккумулировать в своих архивах информацию по заемщикам. Надо отметить, что в настоящее время такая информация является неполной. В информационной базе бюро находятся данные менее чем о пятидесяти процентах заемщиках. Определенная вина за это лежит и на самих банках, которые сообщают только о недобросовестных пользователях кредитом.

Крупные банки не делятся информацией в силу следующего: большой банк уже имеет свою информационную базу; открытая и доступная для конкурентов информация о добросовестных заемщиках создает основу для переманивания таких клиентов; информация о недобросовестных пользователях кредита не позволит такому заемщику взять денежные средства в другом банке с целью погашения имеющегося кредита. В результате банки лишаются возможности полноценно пользоваться информационной базой Бюро кредитных историй. В настоящее время кредитные организации предпочитают обходиться информацией, предоставленной клиентом с целью получения кредита, которая в последующем проверяется сотрудниками.

Управление кредитными рисками может быть более эффективным, если банк не станет ограничиваться только собственными выводами или только заключением БКИ. Чтобы получить наиболее полную и достоверную кредитную историю заемщика, банк должен запросить информацию у большинства (в идеале – у всех) БКИ, действующих на территории России. Это практически невозможно, поскольку связано с большими финансовыми затратами: у каждого БКИ свой формат обмена данными, свои требования к программному обеспечению, а следовательно и к квалификации специалистов в области программирования.

В настоящее время в государственный реестр БКИ включены 23 бюро кредитных историй, большая часть которых расположена на территории Москвы и Санкт-Петербурга (10 бюро из 23). Региональный уровень функционирования БКИ представлен такими субъектами федерации, как Тюменская область, Ростовская, Нижегородская, Кемеровская, Волгоградская области, Приморский край и др. В Архангельской области региональное БКИ отсутствует, что, на наш взгляд, является существенным недостатком в развитии банковской инфраструктуры и обеспечении устойчивости банковской системы в целом. Имея в виду, что устойчивость банковской системы в большей степени зависит от управления рисками, повышение качества предварительного анализа и выявление рисков на ранних этапах кредитного процесса становятся первоочередной задачей коммерческих банков. Роль региональных БКИ в этом случае заключается в повышении информированности кредитных организаций о кредитной

истории заемщика, о сроках предоставления и погашения кредитов, предоставлении возможности оценить уровень риска не возврата ссуды. Кроме того, аккумулируемая БКИ информация будет полезна региональным органам власти для анализа экономической ситуации, определения кредитного потенциала региона и составления прогнозов развития области.

Взяв за основу модель взаимодействия банков с БКИ С.С. Красовского, мы предлагаем схему взаимодействия субъектов рынка POS-кредитования Архангельской области показанной на рисунке 1.

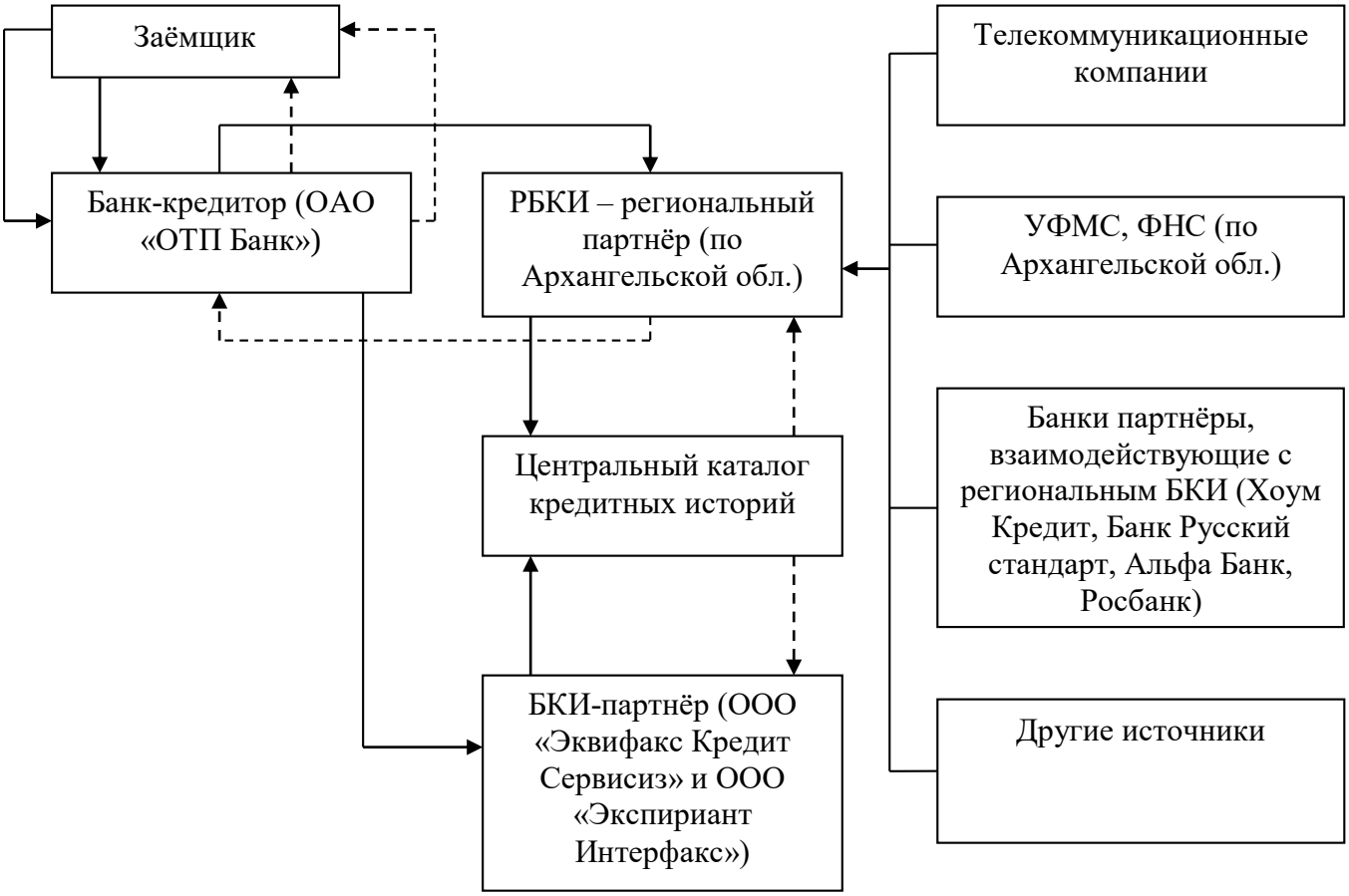


Рисунок 1 – Модель взаимодействия банков с РБКИ

При работе по данной модели взаимодействие субъектов рынка кредитования происходит следующим образом: заемщик обращается в банк-кредитор за кредитом; банк-кредитор запрашивает у клиента согласие на обработку персональных и разрешение на получение его кредитной истории из БКИ-партнера; заемщик подписывает соглашение на обработку персональных данных; банк делает запрос в РБКИ-партнер и БКИ-партнер; БКИ-партнер и РБКИ-партнер делает запрос в Центральный каталог кредитных историй (ЦК) – это подразделение Банка России, которое ведет базу данных для поиска бюро кредитных историй, содержащих кредитные истории субъектов кредитных историй; ЦК предоставляет отчет, содержащий титульную часть кредитной истории и имя БКИ, где хранится кредитная история заемщика. ОАО «ОТП Банк» работает с двумя БКИ – это

ООО «Экспириант-Интерфакс» и ООО «Эквифакс Кредит Сервисиз»; БКИ-партнер ООО «Экспириант-Интерфакс», ООО «Эквифакс Кредит Сервисиз» и РБКИ аккумулирует информацию о клиенте, предоставленную банками-партнерами: Альфа Банк, Хоум Кредит, Сетелем, Банк Русский Стандарт, Ренесанс, Русфинанс, Лето Банк; РБКИ-партнер запрашивает информацию у других источников информации: сайт Управления федеральной миграционной службы, сайт Федеральная налоговой службы Архангельской области; ООО «Экспириант-Интерфакс», ООО «Эквифакс Кредит Сервисиз» и РБКИ формируют кредитный отчет на основании информации, предоставленной ЦК банками-партнерами и другими источниками информации, и выдает отчет банку-кредитору; ОАО «ОТП Банк» на основании полученного отчета принимает решение о кредитовании клиента или об отказе в выдаче кредита.

Таким образом, для максимального сбора информации о заемщике мы предлагаем РБКИ-партнеру сотрудничать с компаниями и учреждениями, занимающимися сбором платежей физических и юридических лиц, а также обладающие информацией о платежеспособности и репутации заемщика. К таким компаниям и учреждениям относятся: телекоммуникационные компании, товарищества собственности жилья, жилищно-эксплуатационные компании, единые информационно-расчетные центры, налоговые службы и др. Эти компании также заинтересованы в сотрудничестве с БКИ, т.к. это может способствовать повышению собираемости коммунальных и иных платежей.

Предлагаемая модель взаимодействия субъектов рынка кредитования предполагает организацию сбора максимально возможной информации о заемщике от максимально возможного количества заинтересованных учреждений. Результатом работы по данной модели внутри региона будет снижение риска неплатежа по кредитам и повышение сбора платежей населения, а также повышение «дисциплины» плательщиков. Следовательно, с целью дальнейшего развития потребительского кредитования необходимо более оперативно внедрять современные разработки по взаимодействию участников рынка потребительского кредитования; улучшать методику, направленную на разработку способов информационного обмена. Создание Бюро кредитных историй, несомненно, является положительной практикой в этой области.

Богомолова М.А., к.тех.н.
доцент
кафедра «Экономические и информационные системы»
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики
Россия, г. Самара

РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ ИМИТАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ

Аннотация. Статья посвящена решению задачи повышения эффективности управления бизнес-процессами предприятия, основанному на применении современных информационных технологий, а именно: методологии имитационного моделирования. Предлагается метод квазиоптимального управления с настраиваемой имитационной системой, работающей в диалоговом режиме.

Ключевые слова: имитационное моделирование, имитационная модель, бизнес-процесс, имитационная система управления, подсистема принятия решений.

Bogomolova M.A.,
Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics
Russia, Samara

DEVELOPMENT OF THE STRUCTURE SIMULATION SYSTEM OF BUSINESS-PROCESS MANAGEMENT

Abstract. The paper investigates the solution way of the business processes management efficiency increase, based on the use of modern information technology, namely, the simulation modeling methodology. Quasi-optimal control method with configurable simulation system, working in interactive mode, is proposed.

Key words: simulation modeling, simulation model, business-process, management simulation system, decision-making subsystem.

Необходимость разработки перспективных методологий как инструмента выявления проблемных ситуаций, борьбы со сложностью проблем управления предприятием и принятия наиболее целесообразных решений продиктована сегодня практикой развития всей современной экономики.

Имитационное моделирование является одним из самых мощных, перспективных и эффективных инструментов повышения эффективности управления бизнес-процессами предприятий, особенно в ситуациях, когда необходимо принимать обоснованные и целенаправленные решения в условиях неопределенности. Этот подход базируется на методах системной динамики и возможностях моделирования проблемных ситуаций в условиях экономической нестабильности и рисков.

Информационная технология управления при имитационном моделировании должна работать в отсутствие явно выраженных количественных характеристик функционирования подсистем и при наличии

возмущающих воздействий со стороны внешнего мира, и поэтому, как и положено для открытых систем, управление строится по динамике внутренних информационных процессов в управляемой системе.

Это положение тем более справедливо, что наиболее сложным для компенсации за счет управления возмущением является возмущение со стороны внешнего мира, а оно проявляется через изменение динамики информационных потоков в управляемом объекте.

Отсюда следует логический вывод о том, что компенсация возмущающих воздействий внешнего мира возможна, в основном, только за счет разомкнутой системы управления. Действительно, восстановление динамики информационного потока, необходимое для возвращения объекта в устойчивое состояние, возможно за счет перестройки его структуры, изменения внутренних отношений между подсистемами и, уже в последнюю очередь, – за счет воздействия на внешний мир. Отметим, что под устойчивостью здесь понимается то состояние, в котором мы видим объект, когда он справляется с возложенными на него функциями, в том числе и функциями своего развития – изменением функции расстановки в базах знаний.

Имитационная модель бизнес-процесса обеспечивает необходимое и достаточное количество информации лицу, принимающему решение (ЛПР), с учетом неопределенности ситуации и воздействия на процесс случайных факторов. При этом правильность принимаемых решений зависит от степени адекватности процесса или объекта. Для компенсации неадекватности модели и процесса в системе предусматривается взаимодействие ЛПР с имитационной моделью и системой управления процессом в диалоговом режиме (рис. 1). Это позволяет ЛПР оперативно воздействовать на функционирование процесса, используя при этом кроме информации от модели и систему управления, свой накопленный опыт и знания. Таким образом, совокупность <бизнес-процесс, имитационная модель, ЛПР> представляет собой человеко-машинную систему для управления процессом, которую можно назвать имитационной системой управления (ИСУ), решающей задачи прогнозирования показателей, смоделированных с учетом влияния случайных факторов, оптимизации (поиска альтернатив управления или научного обоснования реальности полученных результатов).

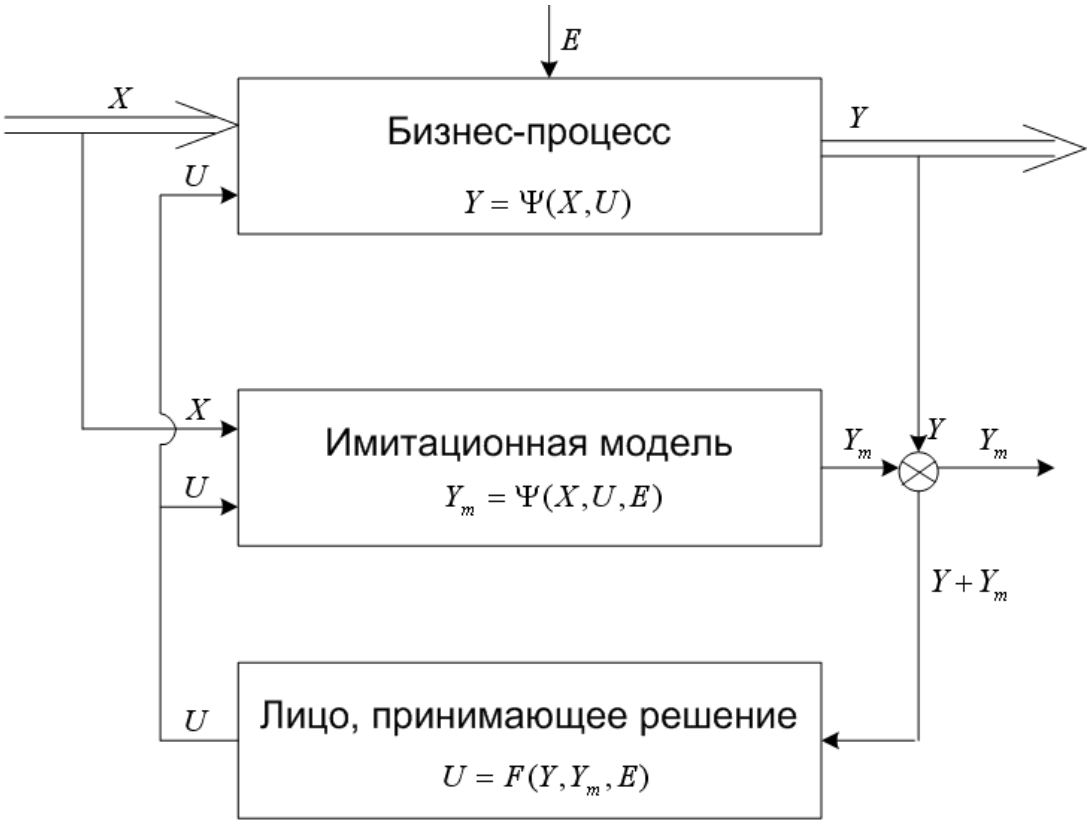


Рисунок 1. Структура ИСУ

На рисунке 1 приведены следующие обозначения:

X – вектор, характеризующий начальные условия;

Y – вектор, характеризующий результаты выполнения бизнес-процесса;

U – вектор управляющих воздействий;

E – вектор случайных возмущений или факторов;

Ym – вектор значений показателей эффективности бизнес-процесса, полученных с помощью имитационной модели.

Для решения задачи управления бизнес-процессом предлагается метод квазиоптимального управления с настраиваемой системой, работающей в диалоговом режиме. На рисунке 2 представлена структура ИСУ, реализующая данный метод.

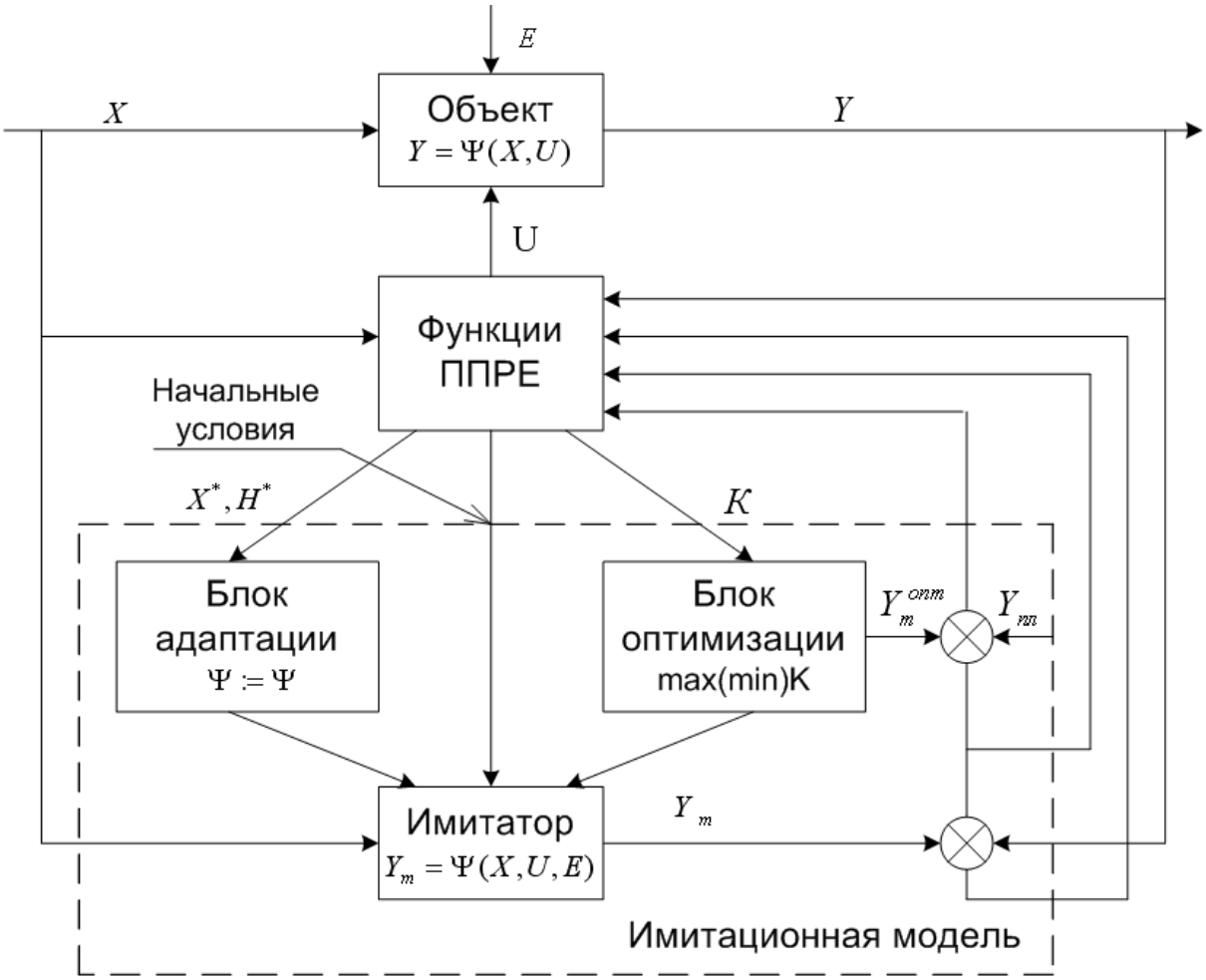


Рисунок 2. Структура квазиоптимальной ИСУ

Обозначения на рисунке 2:

К – критерий оптимизации;

ППРЕ – подсистема принятия решений (выполняет эксперт);

Блок адаптации – корректирует ИМ при изменении переменных/параметров процесса/объекта.

Для реализации задачи управления необходима адекватная модель бизнес-процесса:

$$Y = \Psi(X,U,E).$$

Функции ППРЕ выполняет человек, вооруженный результатами, полученными имитационной моделью. Имитационная модель разделяется на несколько элементов:

- имитатор – собственно имитационная модель;
- блок адаптации, периодически корректирующий имитационную модель при изменении переменных и параметров процесса;
- блок оптимизации.

Рассмотрим подробнее работу казиоптимальной ИСУ.

В определенные моменты времени управляющие элементы системы (ППРЕ) получают информацию от объекта X и Y и воспроизводят на имитаторе, который является адекватной моделью процесса, реально

сложившуюся ситуацию. Если ситуация требует принятия решения, то ППРЕ следует определенной методике.

Сначала на имитаторе проигрывается влияние на процесс всех предполагаемых управляющих воздействий. Анализируя отклики имитационной модели, ППРЕ пытается сузить область необходимых управляющих воздействий. Если это удается, то в дальнейшем поиск наилучшего варианта решений ведется блоком оптимизации с помощью известных методов оптимизации.

На основе вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что выбор окончательной стратегии управления ведется итеративно после полного и всестороннего анализа результатов имитационного моделирования и оценки состояния исследуемого бизнес-процесса.

Вакалюк А.А., к.техн.н.
доцент
кафедра «Мехатроника»
Басманов С.Н.
аспирант
Басманова А.А.
аспирант
кафедра «Мехатроника»
ФГБОУ ВПО Уральский государственный
университет путей сообщения
Россия, г. Екатеринбург

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИСПЫТАНИЙ КОМПЛЕКСОВ СВЯЗИ

В ходе исследования была разработана концептуальная автоматизированная система проведения испытаний комплексов связи. Данная система является гибкой с единым информационным центром. Разработанная концепция рассматривает вопрос организации единого информационного пространства внутри предприятия. Результат работы позволит повысить качество изготавливаемых изделий, уменьшить количество брака и обеспечить автоматический контроль параметров на протяжении всего производственного цикла. Итогом работы является формирование комплексной отчетности по всем модулям системы.

Ключевые слова: единое информационное пространство, комплексы связи, база данных, жизненный цикл изделия.

На сегодняшний день предъявляются повышенные требования к разработке комплексов связи электронной промышленности. От качества изготавливаемого изделия напрямую зависит уровень конкурентоспособности предприятия. В связи с этим появилась необходимость в создании концептуальной автоматизированной системы проведения испытаний комплексов радиосвязи, позволяющей тестировать качество изготавливаемой продукции в течении всего жизненного цикла.

Целью исследования является повышения качества изготавливаемого оборудования на основе разработки концептуальной автоматизированной системы проведения испытаний комплексов связи.

Базовым этапом разработка концептуальной автоматизированной системы проведения испытаний комплексов связи является выбор модулей, на основе которых строится система и построение архитектуры системы.

Спецификой разрабатываемой системы является необходимость в тестировании изделия на протяжении всего производственного цикла, с возможностью изменения ее числовых показателей, поэтому разрабатываемая концептуальная система должна быть «гибкой» в настойке и перестройке своего технологического уровня. Гибкость подключения имеющегося и приобретаемого в будущем основного производственного оборудования позволит:

– быстро реагировать на изменение состава основного технологического оборудования, вызванного плановыми процессами и внеплановыми ситуациями;

– согласованность между собой отдельные стадии процесса;

– сделать работу системы более надежной [1].

Вторым этапом разработки концептуальной автоматизированной системы проведения испытаний комплексов связи является разработка алгоритмов отдельных испытаний, таких как измерение напряжения, тока и др. Данный этап предполагает закрепление определенных функций за каждым из отдельных модулей. Такое разграничение позволяет добиться разнообразия тестируемых показателей изделий, путем добавления или удаления модуля, отвечающего за определенный показатель.

Третий этап исследования предполагает разработку комплексного сценария испытаний. Отличительной особенностью является объединение результатов второго этапа в единый комплекс при помощи диспетчера процессов, который выполняет следующие функции:

– настройка последовательности проводимых испытаний;

– переключение между автоматизированными, автоматическими и ручными методами тестирования объектов контроля;

– передача результатов испытаний в единое информационное пространство предприятия.

Четвертый этап разработки концептуальной автоматизированной системы проведения испытаний комплексов связи предполагает формирование комплексной отчетности по всем видам испытаний, которая осуществляется в программной среде, работающей в автоматическом режиме при помощи единого информационного пространства. Под единым информационным пространством понимается совокупность баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также

удовлетворение их информационных потребностей [2].

В качестве ядра ЕИП выступает реляционная база данных. На уровне модуля единого информационного пространства выполняются следующие функции:

– создание единого банка данных пациентов и выполненных исследований для всех подразделений;

– стандартизация и унификация проводимых исследований, входных и выходных форм данных, основных и вспомогательных технологических данных [2].

Одним из преимуществ наличия ЕИП является возможность передавать данные вспомогательного характера между подразделениями, что уменьшает количество однотипной рутинной работы для персонала.

В то же время формирование отчетности предполагает выполнение дополнительных услуг типа: информационное консультирование, автоматизированная генерация предложений по развитию перечня тестируемых параметров. При этом деятельность системы основана на обращении к БД с целью получения и дальнейшего заполнения шаблонов по всем видам работ учреждения. Создание шаблона осуществляется оператором или автоматизированным способом.

Таким образом, разработана концептуальная автоматизированная системы проведения испытаний комплексов связи, внедрение которой позволит:

– повысить качество изготавливаемой продукции;

– снизит трудозатраты, время и стоимость изготовления изделий;

– уменьшит время, затрачиваемое на осуществление типовых операций;

– позволит перевести предприятие на новый технологический и организационный уровни, и сделать его более конкурентно способным в современных экономических условиях.

Использованные источники:

1. Выжигин А.Ю. Гибкие производственные системы: учеб. для вузов. – М.: Машиностроение, 2009. — 288 с.

2. Попов В.С., Горохов А.В., Комаров С.И. Создание единого информационного пространства многопрофильного лечебно-профилактического учреждения: проблемы и решения// Труды международн. конф. "Программные системы: теория и приложения" (Переславль-Залесский, 13-14 май 2004 г.). — Переславль-Залесский, 2004. — С.133-146

Вафина А.К.
студент 4 курса
Захарова К.А.
студент 4 курса
факультет «Экономики и управления»
Конюхов М.И., к.т.н.
научный руководитель, доцент
Елабужский институт
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Россия, г. Елабуга

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ КОНТРОЛЬ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Аннотация. *В данной статье рассмотрена программа контроля рабочего времени Yaware.TimeTracker. Описаны структура, содержание и выгоды установки данной программы. А также представлены преимущества использования Yaware.TimeTracker перед другими программами.*

Ключевые слова: *программа, Yaware.TimeTracker, ПО, автоматизированный контроль, рабочее время.*

AUTOMATED CONTROL OF WORKING TIME

Abstract: *This article describes a program for controlling the working time Yaware.TimeTracker. Describes the structure, content and benefits of installing this software. And also presented the advantages of using Yaware.TimeTracker before other programs.*

Keywords: *program, Yaware.TimeTracker, SOFTWARE, automated control, working hours.*

Проблема контроля деятельности сотрудников в последние пару лет активно обсуждается в различных управленческих и IT-сообществах. С задачей учета рабочего времени персонала, а значит, оценки его продуктивности и качества труда, рано или поздно сталкиваются многие организации.

Каждый руководитель хочет, чтобы его компания постоянно развивалась и с каждым днем приносила все большую прибыль. Однако если не организовать контроль рабочего времени, то желание покорить новые высоты может так и остаться всего лишь мечтой. Ведь без четкого понимания и осознания того, куда и на что уходит рабочее время персонала, эффективно управлять компанией не получится. Судите сами, можно ли повысить производительность труда или перераспределить нагрузку между сотрудниками, не зная, чем они на самом деле занимаются в течение дня? Естественно, нет. Именно поэтому, если на предприятии еще не организован контроль рабочего времени персонала, то рекомендуется срочно исправить данное положение. И сделать это лучше всего с помощью специализированного программного обеспечения для учета и контроля. Так

как именно автоматизированный контроль рабочего времени – важный шаг к успеху [1, с.132].

Разнообразные программы и системы для контроля служащих подходят для тех компаний, в которых сотрудники работают за компьютерами. Ведь работает программное обеспечение именно на ПК. Важным фактором является и то, что установка не занимает слишком много времени, так, как она выполняется буквально за один клик и одновременно на несколько компьютеров. Таким образом, выбирая именно программу для проведения контроля рабочего времени, вы сразу же получаете важное преимущество – экономите часы, а то и дни, необходимые на внедрение программного обеспечения. Далее разберем какие еще выгоды можно получить.

1. Снижение затрат.

- Во-первых, так как программа работает автоматически и без привлечения третьих лиц, у компании отпадает необходимость дополнительно нанимать персонал для выполнения контроля.
- Во-вторых, зная, кто и чем занят в рабочее время, появляется возможность оптимизировать рабочие процессы и перестать оплачивать время, потраченное на решение личных проблем.

2. Уверенность в достоверности полученной информации. Программу контроля и учета рабочего времени нельзя обмануть:

- Во-первых, она фиксирует абсолютно все, что происходит за компьютером (время включения и выключения ПК, период, в течение которого компьютер не использовался, названия всех программ и сайтов и т.д.).
- Во-вторых, программа делает скриншоты, благодаря которым можно получить более точные и наглядные данные.

Поэтому с программой есть возможность получить действительно достоверную информацию о том, как проводят день на работе сотрудники. А это поможет сделать правильные выводы, принять соответствующие меры и, конечно же, повысить доход компании.

Вопрос рационального использования времени актуален всегда. Очень важно вовремя разобраться с проблемами и изменить отношение персонала к работе. Рассмотрим, как это можно сделать.

Необходим контроль рабочего времени сотрудников. Тогда работа принесет больше результатов за меньшие сроки. Выбирая оптимальный инструмент, необходимо обратить внимание на то:

- какие проблемы раскрывает программа;
- на сколько доступными для анализа являются отчеты;
- может ли сотрудник самостоятельно оценивать свою работу.

Сложно правильно оценить ситуацию в компании, если выбранный метод решает лишь оду из проблем. Например, биометрические системы — проблему посещаемости и опозданий, а видеонаблюдение — активность сотрудников на территории офиса.

Учет рабочего времени за компьютером решает вышеперечисленные вопросы и контролирует деятельность на рабочем месте. Согласно последним данным ОЭСР (Организации экономического сотрудничества и развития), в России самая низкая в Европе производительность труда, но при этом самый длинный рабочий день. Лишь 15 % сотрудников могут похвастаться тем, что работают не больше 8 часов в день. Как правило, это происходит из-за неумения эффективно распоряжаться своим рабочим временем. Для решения этой задачи отлично подойдет автоматическая система учета времени под названием Yaware.TimeTracker.

Yaware.TimeTracker — сервис для учёта рабочего времени и мониторинга эффективности работы сотрудников за компьютером.

Рассмотрим что в себя включает контроль работы сотрудников с Yaware.TimeTracker.

1. Контроль работы за компьютером.

Если руководитель сталкивается с невыполнением поставленных задач, а сотрудники жалуются на чрезмерный объем работы — необходимо выяснить, как обстоят дела на самом деле.

Yaware.TimeTracker контролирует активность за компьютером на протяжении всего рабочего дня: используемые программы, посещенные сайты, скачанные файлы. Все ресурсы автоматически распределяются на категории: продуктивная, непродуктивная, нейтральная. Так, социальные сети и игры отображаются в непродуктивной. Офисные приложения и рабочие программы — в продуктивной. А бизнес ресурсы и переводчик — в нейтральной.

Опция скриншотов и снимков с веб-камеры покажет, чем именно заняты сотрудники. Особенно это актуально для мониторинга работы внештатных сотрудников и фрилансеров. Так вы будете уверены, что удаленный сотрудник работает именно над вашим проектом, а не просто просиживает за компьютером в оплаченное вами время.

2. Контроль опозданий.

У каждого человека есть проблемы и складываются разные жизненные ситуации. Одни живут в пригороде, а другие обязаны перед работой отвести детей в школу или детский сад. В таком случае сотруднику просто стоит лично обсудить этот вопрос с руководителем. Но в большинстве случаев у людей нет причин опозданиям. Все дело в самодисциплине.

Yaware.TimeTracker ведет учет с момента включения компьютера до его выключения. Собранную статистику она отсылает руководителю по почте, где видно динамику опозданий: кто опаздывает, насколько и как часто.Также Yaware.TimeTracker отображает общее количество отработанных часов.

3. Контроль отсутствия на рабочем месте.

Все нуждаются в регулярном отдыхе. Но порою удовольствие растягивается и сотрудник позволяет себе лишнего.Руководитель не может

лично контролировать каждого. В этом ему помогает программа.

Программа контроля Yaware.TimeTracker учитывает время отсутствия на рабочем месте. То есть то время, когда сотрудник не использует компьютер. А по его приходу на экране выскакивает окошко, предлагающее определить и описать причину.

Бывают случаи, когда работник отсутствовал по нескольким причинам. Тогда он сможет разделить временной отрезок на несколько частей и разъяснить каждый по отдельности.

Итак, выделим преимущества программыYaware.TimeTracker:

- быстро устанавливается даже на большое количество компьютеров;
- поддерживает все операционные системы: Linux, Windows и MacOS;
- все обновления программы бесплатные и происходят автоматически;
- настраивается как под конкретного сотрудника, так и под целый отдел;
- не просто собирает статистику о работе за компьютером, а предоставляет готовые отчеты;
- может работать как в скрытом, так и в явном режиме;
- мультиплатформенность. Yaware.TimeTracker — единственный мультиплатформенный онлайн-сервис с русскоязычным интерфейсом;
- гибкая настройка. Работодатель сам задаёт период отслеживания (с 8 до 15);
- доступ к данным из любой точки планеты с любого устройства: компьютера, ноутбука, мобильного телефона.

Программа Yaware.TimeTracker пользуется спросом у крупных компаний (логистика, издательства, IT, розничные сети), но и небольшие организации также часто применяют подобные системы.

Таким образом, контроль рабочего времени сотрудников поможет выявить и решить такие проблемы, как: опоздания, прогулы, отсутствия на рабочих местах, сидение в интернете и социальных сетях. Сотрудники изменят поведение и станут более ответственно относиться к своим рабочим обязанностям.

Кроме того, руководитель будет получать регулярные отчеты по почте (ежедневно\еженедельно\ежемесячно\в указанное время). Данные сгруппированы и не требуют много времени на анализ.

Использованные источники:

1. Козырев, А.А.Информационные технологии в экономике и управлении: учеб. пособие/А.А.Козырев.–СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2010. – 358 с.

References:

1. Kozyrev, A. A. Information technologies in economy and management:

textbook. the grant/A. A. Kozyrev.–St. Petersburg: Publishing house of V. A. Mikhailov, 2010. – 358 p.

Горшенева О.В.
доцент
кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Семенова Н.С.
студент 3 курса
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов–на–Дону

ТРЕЙД–МАРКЕТИНГ И СТОРИТЕЛЛИНГ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Учитывая, что компании осуществляют свою деятельность в условиях быстро растущей конкуренции, возникает необходимость постоянного поиска методов продвижения и сбыта товаров, которые превосходили бы конкурентов. Одними из таких способов являются трейд–маркетинг и сторителлинг.

Ключевые слова: трейд–маркетинг, сторителлинг, маркетинг, сбыт, продвижение.

Considering that the companies carry out the activity in the conditions of quickly growing competition, there is a need of continuous search of methods of advance and sale of goods which would surpass competitors. One of such ways are trade marketing and a storitelling.

Keywords: trade marketing, storitelling, marketing, sale, advance.

Рыночная конкуренция в современных условиях ежедневно задает ритмы функционирования компаниям, так как их число растет, что требует постоянной борьбы за рыночную долю и поиск новых путей получения конкурентных преимуществ в рыночной среде. Ведущую роль в данных тенденциях играет маркетинговая деятельность компаний, реализация которой происходит начиная от персонала и заканчивая конечными потребителями. Одной из задач маркетингового отдела компании является сбыт и продвижение продукции.

Инструментов и приемов продвижения продукции в настоящее время великое множество. Однако следует учитывать, что для разной специализации компаний, рыночных условий, конкурентной ситуации и других факторов требуется особый специфический комплекс действий [1]. Здесь своеобразный интерес привлекают такие инструменты маркетинговой деятельности, как трейд–маркетинг и сторителлинг, которые в настоящее время активно применяются ведущими компаниями на рынке.

Трейд–маркетинг (или торговый маркетинг) – совокупность мероприятий, направленная на увеличение эффективности взаимодействия с участниками цепочки продвижения от компании–производителя до покупателя товаров или услуг [8]. Здесь предполагается, что данный

инструмент направлен на создание таких условий, которые сделают товар или услугу наиболее доступными покупателю и тем самым предоставят информацию о предложении компании [4].

Инструменты трейд–маркетинга в нашей стране применяются с середины 90–х гг. Сейчас трейд–маркетинг наиболее распространен на рынке товаров повседневного спроса, рынке страхования и фармацевтики [7].

Цели трейд–маркетинга рассматриваются с двух позиций.

1. Цель трейд–маркетинга по отношению к потребителю: стимулирование желания потребителей выбирать конкретную продукцию, торговую марку [8]. Данная цель предполагает работу с мотивацией покупателя, то есть трейд–маркетинг осуществляет временную дополнительную мотивацию для приобретения товаров именно у данной компании в определенный промежуток времени. Здесь следует отметить, что используется три способа:

– ценовая мотивация (экономия при покупке товара);

– продуктовая мотивация (получение бесплатного, уникального или дополнительного товара);

– впечатления (получение удовольствия от участия в мероприятии, выигрыш) [2].

2. Цель трейд–маркетинга по отношению к посреднику: рост общей прибыли и формирование лояльности покупателей. В данном случае, как правило, предполагается использование традиционных инструментов стимулирования сбыта – рекламы, скидок, цен [8].

Таким образом можно сформулировать основную цель трейд–маркетинга – продвижение товаров и повышение лояльности покупателей.

Основными задачами трейд–маркетинга являются следующие:

– управление сбытом;

– поддержание конкурентоспособности предприятия;

– совершенствование рекламно–коммуникационной политики;

– совершенствование торгово–технологических процессов на предприятии;

– управление поведением потребителей [8].

Наиболее распространенными инструментами трейд–маркетинга являются акции, бонусы, конкурсы, а также премии торговому персоналу за выполнение поставленных маркетинговых целей и задач [8].

Следует учитывать, что для разных клиентов должна быть создана отдельная система стимулирования. Также все мероприятия, реализуемые в трейд–маркетинге, имеют различную длительность о времени, то есть при выпуске на рынок нового товара организация промо – акции достаточна в течение месяца, а если необходимо реализовывать программы лояльности, то важен непрерывный характер [6].

Другим, не менее эффективным, инструментом маркетинговой

деятельности является сторителлинг.

Сторителлинг – это метод, заключающийся в рассказывании истории, создании сюжетной линии в рекламных роликах, где бренд выступает в роли рассказчика [9].

Целью сторителлинга является продажа товаров и услуг, основываясь на эмоциях и рассказах историй, которые останутся в памяти у покупателей [3].

Перечень основных сценариев сторителлинга и их характеристики представлены в таблице 1 [5].

Таблица 1 – 10 наиболее распространенных сценариев сторителлинга

№ п/п	Название	Характеристика
1	«Монстр приходит»	Проблема изображается в виде монстра, с которым затем «расправляются». Наиболее часто данный прием используется для рекламы фармацевтических товаров и бытовой химии.
2	«Перерождение»	Отсутствие рекламируемого товара – это плохо. Но, как только он появляется, все меняется в лучшую сторону.
3	«Квест: решение сложной задачи»	Здесь демонстрируется то, что продукт или услуга помогают найти выход из любой ситуации.
4	«Переосмысление события»	В данных рекламных роликах ставится цель – достигнуть двойной эффект, то есть создать историю про историю.
5	«Из грязи в князи, или Синдром Золушки»	Показывается, что товар способен кардинально преобразить покупателя.
6	«Волшебный помощник»	В рекламном ролике демонстрируется способность товара выполнять любые задачи.
7	«Трагедия»	Бренд рассказывает грустную историю, которая постепенно переводится в шутку. Однако данный тип сценария нужно продумать таким образом, чтобы он не вызвал негативного восприятия бренда.
8	«Комедия»	Противоположный вариант «Трагедии». Здесь важно проследить, чтобы история была качественно смешной и не переходила в сарказм или цинизм.
9	«Театр абсурда»	В данном случае важен любой вариант привлечения внимания.
10	«Один день из жизни»	В роликах такого типа используется эффект «замочной скважины», когда рассматривается использование рекламируемого товара потребителем.

В России сторителлинг основывается на нескольких принципах:

– «великие истории сближают», то есть с помощью историй чувствуется эмпатия к бренду, что заставляет действовать покупателя;

– «рассказывание историй – это древняя традиция», что предполагает эмоциональную взаимосвязь между рассказчиком (брендом) и слушателем (потребителем);

– «не всякая история будет работать», что подразумевает правдоподобность рассказываемой истории. Здесь следует учитывать, что от

неудачного рассказа бренд рискует испортить свою репутацию и, что немаловажно, потерять конкурентные преимущества и часть потенциальных потребителей [9].

В настоящее время сторителлинг широко используется и имеет множество вариаций осуществления. Несмотря на столь большое разнообразие сценариев сторителлинга, как правило, используется определенный шаблон при их создании, который предполагает следующее: ситуация или проблема клиента; в чем проявилась ее специфика; как проблема была решена; что получил клиент в ходе решения данной проблемы; выводы [3].

Таким образом, обобщая вышеизложенное, следует отметить, что среди множества инструментов продвижения и сбыта продукции, выделяются и такие специфические маркетинговые приемы, как трейд–маркетинг и сторителлинг, которые в современных условиях получили достаточно широкое распространение.

Использованные источники:

1. Анипченко А. А., Айдаркина Е. Е. Влияние контекстной (поисковой) рекламы на эффективность продвижения продукции в интернете // Материалы первой научной сессии факультета управления: сборник докладов; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Издательство «Медиа-Полис», 2015. – С. 49 – 53.
2. Важные понятия и правила трейд–маркетинга // [Электронный ресурс]. URL: http://powerbranding.ru/trejd-marketing/btl-osnovy/ (Дата обращения: 10.12.2015).
3. Манн И. Прием 13: Сторителлинг // [Электронный ресурс]. URL: http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=3357 (Дата обращения: 10.12.2015).
4. Поповская М. А., Айдаркина Е. Е. Анализ применения нестандартных способов мотивации в зарубежных компаниях и оценка возможности их использования в России // Экономика и социум [Электронный ресурс]. – Электрон. Журн. – 2014. – №4. – С. 889 – 892. – Режим доступа: http://iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_4(13)%202014%206.pdf
5. Пулятина А. Тот самый сторителлинг: 10 проверенных сценариев // [Электронный ресурс]. URL: http://kaplunoff.ru/blog/kontent-marketing/171-storytelling (Дата обращения: 10.12.2015).
6. Трейд–маркетинг // [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-xecutive.ru/ (Дата обращения: 10.12.2015).
7. Трейд–маркетинг // [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/ (Дата обращения: 10.12.2015).
8. Что такое торговый маркетинг? // [Электронный ресурс]. URL: http://www.marketch.ru/project/trade_market.php (Дата обращения: 10.12.2015).
9. «storytelling» и власть историй над людьми // [Электронный ресурс]. URL: http://prosto.marketing/kontent-marketing/cmi-storytelling-video (Дата обращения: 10.12.2015).

Горшенева О.В.
доцент
кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Поповская М.А.
студент 3 курс
факультет управления
Южный Федеральный Университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону

МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАК ИСКУССТВО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ

Данная статья посвящена одной из наиболее эффективных технологий, которая заключается в осуществлении специальных работ по размещению и выкладке товара, оформлению мест продаж, а также созданию эффективного запаса. Этой технологией и является мерчандайзинг. Его использование расширяет число покупателей торговой марки за счет стимулирования желания конечного потребителя выбрать и купить продвигаемый товар, а также выделения продукции относительно конкурентов.

Ключевые слова: маркетинг, мерчандайзинг, коммуникации, продажи, стимулирование продаж, продвижение.

На сегодняшний день мерчандайзинг все больше завоевывает популярность. Он необходим для того, чтобы конкретный товар или определенная продукция не задерживалась на прилавках. По своей сути – это определенный набор мероприятий, который призван обеспечить прямые коммуникации между покупателями и товаром. Исходя из статистики, около 65% решений о покупке принимается в магазине под воздействием атмосферы торговой площади. [3]

Мерчандайзинг получил развитие в последние двадцать лет, но особенно быстро развивается в последние годы. Причиной этому стало совершенствование и насыщение рынка, а помимо этого, обострение конкурентной борьбы. В России мерчандайзинг получил свое развитие с приходом таких западные и американских мультинациональных корпораций, как Pepsi, Mars, Nestle [5].

Понятие мерчендайзинга неприменимо, если речь идет о продажах вообще — например продажах услуг, оптовых продажах, розничных продажах через Интернет-магазин [4]. Мерчендайзинг всегда должен быть ориентирован на определенный результат. Например, на стимулирование желания конечного потребителя выбрать и купить продвигаемый товар.

К основным задачам мерчандайзинга относят следующие:

- информирование потребителя о месте нахождении выкладки товара;
- привлечение максимального внимание к определенному месту выкладки товара;
- воздействие на покупателя с целью убеждения его сделать

покупку немедленно;

- управление сбытом: продажу дополнительных инвестиций;
- предоставление максимально полной информации о товаре и его цене;
- управление поведением потребителей: увеличение средней суммы покупки [4].

Необходимость использования мерчандайзинга с целью стимулирования продаж обусловлена ужесточением конкурентной борьбы как между отдельными товарами, так и всеми товарами в целом. Мероприятия по стимулированию продаж тем успешнее, чем больше знает о предпочтениях и реакциях потребителя продавец, а также чем успешнее он может влиять на решение о покупке [1].

Известный американский специалист по мерчандайзингу Р. Колборн утверждает, что интерьер магазина может стимулировать продажи, поэтому применение мерчандайзинга способствует адекватному представлению товара и позволяет избежать продавцу таких несоответствий в восприятии, как: во-первых, несоответствия общего оформления и стиля магазина уровню цен, во-вторых, несоответствие логики продавца в размещении и выкладке товара логике покупателя [2].

Сформировать у покупателя целостный позитивный образ магазина возможно в случае применения технологий мерчандайзинга. Для этого необходимо грамотно использовать цвет, свет, запахи, музыку, температуру.

Являясь очень развивающимся направлением в России на сегодняшний, мерчандайзинг тем не менее сталкивается с определенными проблемами.

Главная из них ¾ отсутствие централизации, общей стратегии и принципов. В России мерчандайзинг ошибочно считается средством по решению всех проблем, связанных с продажами [3]. Мерчандайзер часто выполняет задачи иных маркетинговых подразделений: от PR и рекламы до исследования потребителя.

Из первой проблемы вытекает вторая: несогласованность работы отдела маркетинга и отдела сбыта. Стоит сказать, что мерчандайзинг эффективен только в том случае, когда происходит согласование усилий и стратегий всех отделов, которые связаны с продажами.

Далее следуют проблемы, связанные непосредственно с торговыми точками: это нестабильность ассортимента и недостаточный профессионализм персонала.

Основные причины большинства экономических и управленческих проблем России заключаются в недостатке рыночного опыта, влияние старой системы и кризиса при распаде СССР. Опыт постепенно накапливается, экономическая система изменяется, как и люди, постепенно приспосабливается к западной системе, догоняя ее [6]. Это способствует улучшению общего качества мерчендайзинга в нашей стране. В перспективе он может достичь высокого уровня.

Практика показывает, что при прочих равных условиях, в магазине, где соблюдаются правила мерчандайзинга, продажи могут быть до 300% выше, чем в торговой точке, где товар расположен произвольно [6]. Эти данные опубликованы Международной ассоциацией рекламы.

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что мерчандайзинг весьма интенсивно развивающееся направление маркетинговой деятельности, которое позволяет наиболее эффективно стимулировать продажи. Грамотное применение данного рычага позволит выгодно показать товар, существенно повлиять на выбор покупателя и побудить его приобрести больше продукции, чем требовалось по плану продаж, а главное — сохранить свои позиции на рынке.

Использованные источники:

1. Анипченко А.А. Использование CRM-технологий при маркетинговом подходе к взаимодействию с клиентами // Актуальные аспекты инновационного экономического и юридического развития в условиях роста напряженности вокруг России" - научно-практическая конференция // Министерство образования и науки РФ. Филиал НОУ ВПО. – Московский институт предпринимательство и права в г. Ростове-на-Дону. – 2015. – С. 16-19.

2. Костенко Д.А. Мерчандайзинг в России: проблемы и перспективы развития // [Электронный ресурс]. URL: http://futureaccess.ru/Medaicenter/biznes-stati/merchandajzing/ (Дата обращения: 15.07.2015)

3. Мерчандайзинг – искусство стимулирование продаж // [Электронный ресурс]. URL: http://www.training.com.ua/live/release/Merchandaizing_iskusstvo_stimulirovaniya_prodazh (Дата обращения: 23.04.2014)

4. Пономарёва О.В. Мерчандайзинг как инструмент маркетинговой активности // [Электронный ресурс]. URL: http://www.rusnauka.com/8_DNI_2009/Economics/43090.doc.htm (Дата обращения: 11.03.2015)

5. Семенова Н.С, Айдаркина Е.Е. Анализ конкурентной борьба компаний The Coca Cola Company и PepsiCo // Экономика и социум [Электронный ресурс]. – Электрон. Журн. – 2014. – №4-6 (13). – С.922-925. Режим доступа: http://iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_4(13)%202014%206.pdf

6. Шибанова Н.А. Основные принципы мерчандайзинга // [Электронный ресурс]. URL: http://memosales.ru/potrebiteli/merchandajzing-kak-iskusstvo (Дата обращения: 12.12.2014)

Горшенева О.В., к.э.н.
доцент
кафедра «Маркетинг и коммуникации в бизнесе»
Анипченко А.А.
студент 3 курса
Южный Федеральный Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Аннотация: В статье рассмотрены особенности функционирования компаний на рынке B2B, а также выявлена специфика продвижения товаров и услуг компаний данного сектора. Определены условия эффективного использования инструментов Интернет-маркетинга промышленными компаниями при налаживании отношений с партнерами и клиентами.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, B2B рынок, Интернет-реклама, промышленные компании, E-mail маркетинг, продвижение.

Значительная часть ценности в экономике производится в промышленном секторе рынка (рынок B2B), где организации и компании предоставляют товары и услуги другим предприятиям, а не индивидуальным потребителям (рынок B2C). Рынок B2B поддерживает целостность функционирования экономики, предоставляя товары и услуги, необходимые промышленным компаниям, правительственным и институциональным учреждениям при создании продукта для конечных потребителей.

Маркетинговая деятельность компании, действующей на рынке B2B, основывается на принципах промышленного маркетинга, который учитывает особенности этого рынка: на рынке взаимодействуют исключительно организации; вторичный характер спроса на продукцию; предложение на рынке строится исходя из ориентации на конкретного потребителя, партнера, то есть действует закон «производство после заключения договора на поставку»; значительное влияние на партнерские отношения между контрагентами оказывают их деловая репутация и предыдущий опыт сотрудничества. [4]

Появление и бурный рост электронной коммерции, а также развитие информационных технологий, среди которых ключевым является развитие сети Интернет, стали основой для появления нового направления в современной концепции маркетинга — Интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг можно определить, как любую деятельность в рамках рынка, которая направлена на продвижение товаров (услуг, работ) от производителя к потребителю посредствам комплекса мер в сети Интернет. [2]

В Интернет-маркетинге используются те же элементы комплекса традиционного маркетинга, но при этом каждый элемент имеет свои особенности, т.к. Интернет является не просто новым каналом сбыта или новым видом маркетинговых коммуникаций, и принципиально новым

рынком. Поэтому Интернет-маркетинг может быть представлен не только как часть традиционного маркетинга, но и как самостоятельный комплекс маркетинга. Интернет-маркетинг должен решать следующие задачи при организации маркетинговой деятельности предприятия: обеспечение обратной связи с потребителями; создание долговременных отношений с потребителями; фокусирование рекламных сообщений; предоставление и хранение большого количества информации; проведение маркетинговых исследований. Использование Интернет-маркетинг промышленной компанией имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционным маркетингом: предоставляет партнерам исчерпывающую информацию о выпускаемой предприятием продукции; налаживает продуктивный диалог между производителем и заказчиком продукции; осуществляет переход от массового маркетинга к индивидуальному маркетингу; ориентирует промышленное предприятия на индивидуальные потребности заказчика; снижает трансформационные и транзакционные издержки; повышает эффективность рекламной компании, за счет увеличения доли целевой аудитории; сокращает рекламный бюджет. [1] Также использование Интернет-маркетинга позволяет повысить мотивацию сотрудников в сфере улучшения качества обслуживания клиентов, посредством возможности интерактивного диалога с потребителями и получения данных о качестве сервиса от партнеров и потребителей. [3]

Реализация маркетинговой деятельности в сети Интернет компанией, действующей на рынке B2B, возможна посредством использования следующих инструментов Интернет маркетинга: E-mail маркетинг, создание корпоративного Интернет-сайта, Интернет-реклама, продвижение в социальных сетях и т.п.

E-mail маркетинг представляют собой рассылку информационных писем, персонализированных, рассылаемые на частные электронные адреса по списку рассылки. Электронные письма содержат гиперссылки, которые приводят клиентов на сайт компании. E-mail маркетинг помогает эффективно воздействовать на целевую аудиторию промышленного предприятия, т.к. каждый партнер получает интересную именно ему информацию

Основная цель *корпоративного сайта* - предоставление посетителям информацию о компании, производимых продуктах, контактной информации и т. д. Предприятия рынка B2B размещают на своих Интернет-сайтах информацию о продуктах, поддержке клиентов, корпоративную информацию, условия заключения контрактов и т. д. [1]

Главной особенностью использования *Интернет-рекламы* на рынке B2B является ее размещение не только на стандартных Интернет-площадках (поисковые системы, социальные сети, доски объявлений), но и на специализированных Интернет-ресурсах.

Использование *социальных сетей* как эффективного инструмента B2B маркетинга имеет ряд ключевых особенностей, отличных от их

использования на B2C-рынках: ограниченный охват аудитории; ограниченность отраслей бизнеса, для которых использование социальных сетей эффективно (сферы бизнеса с относительно широкой потребительской аудиторией); эмоциональное влияние на процесс покупки минимально. Для преодоления вышеперечисленных особенностей и ограничений B2B-компании могут использовать следующие походы: работа с профессиональными сетями, сообществами; создание собственной профессиональной сети; использование так называемых «ниш» в существующей сети — узкопрофильных тематических сообществ. [5]

Таким образом, можно сделать вывод, что инструменты Интернет-маркетинга весьма эффективны на рынке B2B, но требуют учета особенностей продвижения промышленных товаров и услуг, к которым можно отнести:

- Продвижение в сфере B2B намного более персонализированное, индивидуальное и межличностное.
- Отсутствие расплывчатых формулировок и преувеличений при продвижении промышленных товаров.
- Нацеленность рекламы товаров рынка B2B на узкий круг потребителей.
- Наличие в рекламе промышленных товаров большого количества точных, документально подтверждённых и узкопрофессиональных данных о товаре.
- Размещение информационных и рекламных сообщений на профессиональных площадках и специализированных сайтах.

Также в условиях глобализационных и интеграционных процессов, происходящих в мире, Интернет-маркетинг - это хороший способ продвижения компании и ее продукции на внутренних и внешних рынках, возможность налаживания взаимовыгодного сотрудничества с клиентами и партнерами, что позволяет приобретать и развивать новые конкурентные преимущества и существовать на рынке в долгосрочной стратегической перспективе.

Использованные источники:

1. Демичева Е. В. Использование Интернет-маркетинга в системе продвижения продукции металлургического предприятия // Известия ВолгГТУ . 2011. №12. С.66-69.
2. Ладейщикова А. А. Особенности Интернет-маркетинга в России // Science Time . 2014. №5 (5). С.108-111.
3. Поповская М.А., Айдаркина Е.Е. Анализ применения нестандартных способов мотивации в зарубежных компаниях и оценка возможности их использования в России // Экономика и социум. 2014. № 4-6 (13). С. 889-892.
4. Семенова Н.С., Кетова Н.П. Разработка механизма совершенствования управления промышленной компанией на основе маркетинговой компетентности // Промышленный и b2b маркетинг. 2015. № 2. С. 102-111.

5. Токарева Ирина Владимировна Социальные сети как инструмент B2B Маркетинга // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2015. №5 (49). С.48-53.

Горшенева О.В.
доцент
кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Бондаренко Н.В.
студент 3 курса
факультет управления
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов–на–Дону

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ГОРОДЕ РОСТОВ-НА-ДОНУ

Статья посвящена исследованию потребительского рынка общественного питания в городе Ростове-на-Дону, его сегментации и рассмотрению его особенностей в данном регионе.

Ключевые слова: сегмент рынка, сегментация, рыночная ниша, референтные группы

This article dedicated to the study of the consumer market of catering in Rostov-on-Don. It describes it's segmentation and features.

Keywords: Segmentation, marketing, market segment, market niche reference group

Одно из условий разработки грамотного маркетингового плана - изучение потребительских рынков и поведения покупателей. При анализе потребительских рынков компании должны определить, кто составляет рынок (покупатели), что покупает рынок (товары), зачем рынок покупает (цели), кто участвует в процессе покупки (организации), как покупает рынок (операции), когда покупает рынок (когда в этом появляется необходимость) и где покупает (магазины)[1].

Т.к. целью маркетинга является удовлетворение нужд и потребностей потребителей, изучение их поведения является важной задачей. Умение понимать и управлять поведением потребителей, «узнать потребителя в лицо» достигается очень непросто. Часто покупатель говорит о своих желаниях и потребностях одно, но приходит в магазин и покупает совершенно другое.

Каждой компании необходимо исследовать мотивацию покупателей, их потребности и предпочтения. Тогда компания сможет с уверенностью разрабатывать новые товары, видоизменять старые, устанавливать цены и делать много чего еще.

Чтобы понять, что определяет поведение покупателя, надо рассмотреть некоторые факторы[2]:

Культурные факторы. Важным моментом, влияющим на поведение человека, является его культура, т.е. набор ценностей, стереотипов восприятия и поведения, который усваивается с детства в семье и через

другие общественные институты.

Субкультура - то, из чего состоит сама культура, и позволяет более полно отождествить себя и тесно общаться себе подобными индивидами. Субкультура формируется на национальной, религиозной, расовой или региональной основе [1].

Социальные классы также важно учитывать при анализе поведения человека, т.к. они определяют очень часто приоритеты в предпочтениях покупателей. Например, если человек относится к рабочему классу, вряд ли его заинтересует реклама дорогих автомобилей или домов.

Социальные факторы. Кроме культурных на потребительское поведение оказывают влияние такие социальные факторы, как референтные группы, семья, роли и статусы.

Референтные группы - группы, оказывающие прямое или косвенное влияние на отношение индивида к чему-либо и его поведение. Референтные группы оказывают влияние на индивида, по крайней мере, в трех направлениях они могут подтолкнуть человека к изменению поведения и стиля жизни, оказывают влияние на отношение индивида к жизни и его представление о самом себе, могут воздействовать на выбор человеком конкретных товаров и торговых марок. Наиболее сильное влияние референтные группы оказывают на выбор торговых марок автомобилей, цветных телевизоров, модных наборов мебели и одежды, при покупке пива и сигарет. Каждая референтная группа состоит из носителей мнения - индивидов, дающих в неформальном разговоре советы собеседникам относительно продуктов или категорий товаров.

Потребительский рынок Ростовской области можно охарактеризовать как стабильный, с динамично развивающимся товарооборотом и материальной базой, высоким уровнем насыщенности товарами и услугами, разнообразием ассортимента, а также богатой конкурентной средой и высокой предпринимательской активностью. Следует отметить активное развитие розничной торговли области, а также динамичное развитие сети предприятий общественного питания [1].

Потребительский рынок Ростовской области за последнее десятилетие претерпел значительные изменения. Весомый вклад в обеспечение населения товарами вносят малые предприятия и индивидуальные предприниматели. В области действует более 34 тыс. торговых объектов, значительная часть которых принадлежит индивидуальным предпринимателям. В организациях торговли и общественного питания широко внедряются современные формы и методы обслуживания [2].

В системе общественного питания появилась сеть ресторанов, кафе, закусочных с современными залами, интерьерами и разнообразной кухней, предприятия типа «бистро», применяющие передовые европейские технологии в приготовлении блюд и обслуживании посетителей. Продолжает развитие сеть совместных ресторанов и кафе с китайской, японской, узбекской и европейской кухнями.

Прочное место в общественном питании занимает малый бизнес. В структуре малых предприятий по отраслям экономики наибольший удельный вес (около 45%) занимает сфера торговли и общественного питания [3].

Более 80% предприятий общественного питания принадлежит частному сектору. Всего в крупных, средних и малых организациях общественного питания занято более 182,2 тыс. человек, что составляет около 10% трудоспособного населения области.

Используя результаты проведенной сегментации рынка, любое предприятие общественного питания может выделить своих основных конкурентов и определить, по каким критериям оно может их превзойти, опираясь на свои реальные возможности и ресурсы [4].

Процесс позиционирования в сфере общественного питания составляет основу как стратегического, так и тактического маркетинга предприятия. Выбрав эффективную концепцию позиционирования предприятия на рынке, необходимо довести свою позицию до сведения целевых клиентов путем разработки ассортиментного перечня блюд, стандартов обслуживания, ценовой политики, проведения рекламной компании и разработки стратегии продвижения предприятия.

Таким образом, в целом ситуация в Ростовской области на потребительском рынке может быть оценена как положительная, но все же требуются и со стороны властей, и со стороны предпринимательского сообщества четкие действия для решения наиболее актуальных проблем отрасли, причем проблемы эти существуют не первый день.

Использованные источники:

1. Важные понятия и правила трейд–маркетинга // [Электронный ресурс]. URL: http://powerbranding.ru/trejd-marketing/btl-osnovy/ (Дата обращения: 10.12.2015).

2. Васильев Г.А., В.А.Поляков. Основы рекламной деятельности: Учебное пособие для вузов. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 408 с. Введение в маркетинг. Армстронг Г., Котлер Ф. 8-е изд. - М.: 2007. (Дата обращения: 10.12.2015).

3. *Голубкова Е.Н.* Маркетинговые коммуникации. – 3-е изд. – М. : Дело и Сервис, 2011. (Дата обращения: 10.12.2015).

4. Карпенко, О.И. Промышленный маркетинг: учеб. Пособие О.И. Карпенко. Минск: БГЭУ, 2010. – 415 с. (Дата обращения: 10.12.2015).

Грищенко Л.П., к.пед.н.
старший преподаватель
кафедра Экономики и управления в образовании
Тратникова Т.В.
студент 4 курса
Высшая школа бизнеса
ФГАОУ ВО "Южный федеральный университет"
Россия, г. Ростов-на-Дону

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН КАК ВИД ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Аннотация: В статье определено, что электронная коммерция приобретает в РФ большую практическую значимость. Основным видом электронной коммерции является Интернет-магазин - корпоративный web-сайт или сайт сторонних посреднических организаций, способствующий повышению конкурентоспособности организации и сокращению расходов на рекламную компанию.

Ключевые слова: электронная коммерция, информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), Интернет-магазин, web-сайт.

В Российской Федерации в последнее время наблюдается рост в использовании информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в деятельности предприятий, что обусловлено повышением конкуренции и необходимостью увеличения скорости создания, вывода и распространения новых товаров или услуг [10]. Всё большую практическую значимость приобретает электронная коммерция. Глобальная сеть Интернет сделала электронную коммерцию доступной для организаций любого масштаба: от крупных компаний до небольших хозяйствующих субъектов.

Большое количество исследований по проблемам электронной коммерции, оказывающей влияние на бизнес и в целом на экономику, в современной российской и зарубежной экономической литературе только подчеркивает актуальность и значимость заявленной темы. Труды Брагина Л.А., Попова В.М., Серикова Н.К. и др. посвящены использованию ИКТ для организации коммерческой деятельности и глобализации бизнеса. Практическими вопросами по развитию электронной коммерции занимались российские исследователи: Юрасов А.В. , Галицкий Е.Б. , Сидоров А.В., группа авторов Национальной Ассоциации Участников Электронной Торговли и др.

К основным признакам электронной коммерции можно отнести: совершение сделок с помощью средств ИКТ; ликвидность активов; возможность извлечения прибыли, что привносит в современный бизнес глобализацию сфер деятельности, рост конкуренции, персонализацию взаимодействия, экономию затрат. В электронной коммерции могут участвовать отдельные организации, предприятия, а также розничные потребители. Многие организации и предприятия осуществляют ведение части хозяйственной деятельности в режиме on-line.

В 2012 г., по оценке консультантов J’son & Partners Consulting, объем

рынка электронной коммерции достиг почти 1,9 трлн. руб. и к 2017 году будет увеличиваться, и составит около 3,7 трлн. руб. [9]. В 2012 г. в исследованиях Boston Consulting Group (BCG) и Morgan Stanley опубликовано, что электронная коммерция занимает пока ещё малую долю в российской экономике - около 70% российского населения до сих пор с недоверием относятся к Интернет-платежам, столько же опасаются получить некачественный товар и сомневаются в возможности его возврата [4].

Основой для ведения электронной коммерции в настоящее время является Интернет-магазин - web-сайт, как корпоративный, так и сайт сторонних посреднических организаций (поисковые системы, каталоги, порталы, открытые и закрытые торговые площадки и т.п.), предлагающий пользователю выбор варианта расчета, способа получения заказа и выписывающий счет на оплату [7]. По данным J'son & Partners Consulting объем Интернет-торговли как сегмента электронной коммерции в конце 2013 года достиг 537 млрд руб. (в 2011 году - 381,4 млрд руб., в 2012 году - 312,6 млрд руб.). Это 26% от общего рынка электронной коммерции [3]. По данным InSales.ru в 2014 году в России работало около 43 тысяч розничных Интернет-магазинов, в которых совершаются заказы [1].

Интернет-магазин и его создание являются важной бизнес-задачей при ведении электронной коммерции в современных условиях, особенно для секторов «бизнес-потребитель» и «бизнес-бизнес» [6]. Создание сайта электронного магазина может также способствовать сокращению расходов на рекламную компанию [2].

Перед созданием Интернет-магазина необходимо определить цель создания web-сайта, его целевую аудиторию (потребителей), определить продаваемые товары или услуги и провести соответствующие исследования, что позволит чётко решать задачи по его разработке. При создании сайта, в зависимости от необходимого результата, возможно, выбрать следующие варианты: сайт - визитная карточка; сайт-каталог; сайт-витрина; сайт-электронный магазин. Интернет магазин можно создать силами организации, привлечь для создания специалиста или арендовать готовый Интернет-магазин. Следующим этапом в создании Интернет-магазина будет выбор доменного имени (чаще совпадает с названием продаваемых товаров или услуг), платёжной системы, методов продвижения товаров или услуг, выбора программных средств. Структура сайта, его дизайн чаще всего определяются видом реализуемых товаров или услуг. Во многих случаях необходимо уделять внимание описанию товаров и услуг и их изображению (фото, 3-D модели), описанию способов доставки, что оказывает на посетителей электронного магазина благоприятное впечатление. При разработке структуры сайта необходимо определять страницу с дополнительной информацией: о проведении акций, праздников, проведении форумов, что позволит пользователям предоставлять разработчикам и владельцам электронного магазина ценные предложения по улучшению структуры сайта, улучшения качества продукции и т.п. Подходы к

разработке электронных магазинов для модели «бизнес-бизнес» совпадают с моделью «бизнес-потребитель», но носят более формализованный подход: товары менее разнообразны, основными характеристиками являются вес, объём, качество [5].

ООО "ТЕРМАКС" является заводом-изготовителем по выпуску бескаркасных трехслойных стеновых и кровельных сэндвич-панелей с утеплителем из минеральной базальтовой негорючей плиты, а также фасонных изделий. Стратегической целью предприятия является получение максимальной прибыли от продаж, выход на российский и зарубежный рынок и расширение производственной отрасли. Так как Интернет-магазин - это реальная возможность глобального присутствия на отечественных и зарубежных рынках, повышение конкурентоспособности, снижение затрат при совершении сделок, принято решение о внедрении его в ООО «ТЕРМАКС». Для этого проанализированы достоинства будущего Интернет-магазина для ООО «ТЕРМАКС»: широкая география продаж, экономия времени, Интернет-магазин работает 24 часа в сутки семь дней в неделю, экономия денежных средств, удобство платежей.

Разработан список продукции ООО «ТЕРМАКС» с детальным его описанием и фотоизображением: стеновые сэндвич-панели, кровельные сэндвич-панели, фасонные изделия, крепеж, липлент, уплотнитель кровельный, герметик, шнур бутиловый; определена цветовая палитра товаров; разработан прайс-лист на 2015 год; подготовлена фотогалерея объектов-клиентов ООО «ТЕРМАКС» в разное время; разработана презентация с инструкцией по монтажу панелей; подготовлены фото сертификатов соответствия стандартам и нормам безопасности. В настоящее время решается вопрос о программных средств, используемых для реализации проекта электронного магазина.

Электронная коммерция даёт немало преимуществ, как для организаций, так и для общества в целом. С развитием рынка электронной коммерции развивается и отрасль информационных и коммуникационных технологий. «Развитию электронной коммерции в России будет способствовать развитие Интернет-магазинов, охватывающих регионы» [8, с. 25].

Использованные источники:

1. Аналитический бюллетень InSales 2015: Рынок Интернет-торговли в России в 2014 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.insales.ru/blog/2015/05/20/analytical-bulletin-insales-2015/. - (Дата обращения - 02.11.2015)

2. Бажин А.А. Социокультурный статус экономического и юридического образования в модернизирующемся российском обществе[Текст]: дис... канд. соц, наук: 22.00.06Ростов-на-Дону, 2005. - С 47.

3. Зубарева И. Покупателей затягивает в Сеть. Интернет-торговля вытесняет традиционные магазины, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rg.ru/2015/02/03/torgovlya.html. - (Дата обращения - 01.11.2015).

4. Интернет уйдёт в отрыв. Morgan Stanley прогнозирует взлет российской онлайн-торговли, 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kommersant.ru/doc/2101938. - (Дата обращения - 01.11.2015)
5. История экономических учений. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / И.П. Денисова, Л.Р. Клиновенко, А.В. Щербина. - Москва, 2008. - Сер. Экономика и управление.
6. Курочкин В.Н. Системный подход к исследованию отраслевой экономики. - Вестник аграрной науки Дона, 2013. - № 3 (23). - С. 84-93.
7. Курочкин В.Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: монография. - Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014
8. Поеров А.С. Совершенствование системы электронной коммерции в России [Текст]: автореф. дис…канд. экон. наук: 08.00.05. - М., 2011. - 26 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy-lib.com/disser/340377/a#?page=1. - (Дата обращения - 04.09.2015)
9. Понятие и сущность электронной коммерции, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elcomrevue.ru/elektronnaya-kommertsiya-2/. - (Дата обращения - 10.10.2015)
10. Щербина А.В. Конкуренция на региональных рынках профессионально-образовательных услуг: факторы, механизмы, регулирование (на материалах Ростовской области) [Текст]: дис...канд. эк. наук: 08.00.05 - Ростов-на-Дону, 2002

Губа В.В.
старший преподаватель
кафедра менеджмента и инновационных технологий
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Титова Е.А.
магистрант1 курса
направление 38.04.02 Менеджмент
Григорьев В.Г.
аспирант 1 года обучения
направление 09.06.01 Информатика и вычислительная техника
Россия, г. Таганрог

СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ ВУЗА С ПРИМЕНЕНИЕМ ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ

Статья посвящена применению автоматизированных информационных систем для улучшения качества всех процессов организации и управления вузом: от приемной компании до конкретного вида учебного занятия, от оперативного управления до стратегического планирования. Данные системы обеспечивают четкость функционирования

и совершенствование управленческих механизмов и процессов.

Ключевые слова: автоматизированные информационные системы, оперативное управление, 1С:Предприятие, информационная база вуза, контроль и учет успеваемости.

Guba VV, Senior Lecturer, Department of Management
and innovative technologies Management Institute
economic, ecological and social systems
Southern Federal University
Russia , Taganrog
Titov EA, 1st year undergraduate of direction
38.04.02 Management, Russia , Taganrog
V. Grigoriev , 1 year post-graduate training areas
06/09/01 Computer Science and Engineering
Russia , Taganrog

CREATION OF A DATABASE UNIVERSITY USING SOFTWARE1C: ENTERPRISE

The article is devoted to the use of automated information systems to improve the quality of all the processes of the organization and management of the university , from the reception of the company to a specific type of training session , from operational management to strategic planning. These systems provide clarity and improve the functioning of the governance mechanisms and processes.

Keywords : automated information systems , operational management , 1C: Enterprise , the information base of the university , control and accounting performance .

В условиях знаниеориентированной экономики для достижения нового качества образования одним из основных факторов развития и привлекательности вузов является уровень использования информационных технологий в жизнедеятельности вуза. Применение автоматизированных информационных системвузом обусловлено необходимостью решения различных задач, связанных с оперативным управлением всех структур вуза начиная от приемной компании до определенного вида учебного занятия. Для охвата широкого круга этих задач используется программный комплекс с многоуровневой архитектурой 1С: Предприятие, именно вузы обладают сложной иерархической структурой входящих в состав подразделений, а выполняемый учебный процесс характеризуется необходимостью учета успеваемости.

В информационной базе для администрирования, создания или изменения конфигурации используется режим Конфигуратор. Первоначально, для отражения структуры вуза, создадим в нем рядСправочников. Поскольку эти объекты метаданных предназначены для хранения редко изменяемой информации и могут быть как простыми, так и иерархическими, то прежде добавим подсистему Журнал преподавателя, для которой подсистема Справочники будет подчиненной. После создания

справочника Группы и отнесения его к соответствующей подсистеме становится возможным сделать форму и заполнить ее в режиме Предприятие факультетами, входящими в них кафедрами и группами (элементами).Создание же справочника Студент, требует добавления реквизитов, для чего при необходимости формируются перечисления, позволяющие выбрать определенное значение (например, пол мужской или женский). Для параметров студента задаются их свойства (тип, длина и пр.). На добавляемую форму можно вынести и те данные (реквизиты), которыеотнесены таким образом к табличной части. Сам же процесс добавления формы дает возможность ее тонкой настройки, от особенностей расположения элементов и определения их перечня, до вида шрифта надписей.

Конфигуратор 1С так же позволяет создавать Документы. Они предназначены для хранения информации о значимых, с точки зрения бизнес процессов, событиях. Добавим подсистему Документы в качестве подчиненной в Журнал преподавателя и во вкладке перечисления добавим ИтогПоПредмету с указанием значений, которые определят вид результирующего оценивания (Зачет,ДиффЗачет,Экзамен). Для внесения данных о баллах создадим справочник Предметыс необходимыми для этого реквизитами, где после запуска конфигурации на выполнение возможно записать их значения для каждой дисциплины.

Шагсоздания документа Лекция в подсистеме Документы определен необходимостью отмечать присутствие студентов различных группна занятии, что потребует использования двух табличных частей. Так, требуется табличная часть для ввода перечня групп и автоматического занесения студентов этих групп по нажатию соответствующей кнопки. Для осуществления указанного создаем форму и настраиваем её функциональность при помощи обработчиков событий интерфейсных элементов формы.

Командная панель табличной части должна содержать кнопки Создать и Очистить список студентов. Действия этих кнопок задаются с помощью обработчика событий команд программным кодом вызова пользовательской процедуры, которая в свою очередь описывается в модуле формы. Необходима так же кнопка создания документа Лекция за конкретную дату.

Присутствие на лекции добавляет баллы в зависимости от предмета, поэтому в столбец Присутствие табличной части вносится обработчик события при изменении, отображающийся полем в виде флажка (да/нет).

В отличие от лекционных занятий, практические проводятся отдельно в каждой группе, поэтому после создания документа Практика и включения его в подсистему ЖурналПреподавателя в реквизитах указывается поле с номером группы, при изменении которого будет изменяться список студентов табличной части. Аналогично лекциям устанавливается добавление или уменьшение баллов при установке или снятии флажка Присутствие за практическое занятиесоответственно, а так же добавляется

команда создания документа на форму.

Для сохранения оперативных данных и получения сводной информации в 1С:Предприятие используют регистры накоплений, которые бывают двух видов (остатков и оборотов). Такие таблицы фиксируют приход/расход (величина увеличивается/уменьшается) или сумму накопленных значений (в этом случае величина увеличивается). В качестве примера в конфигурации ЖурналПреподавателя используем регистр остатков БаллыСтудентов, в котором будет учитываться сумма накопленных баллов по предмету. Так, за посещение лекции или практики балл будет добавляться, а за отсутствие – отниматься размер установленного штрафа. Регистр оборотов жев выбранном случае учитывает количество посещений лекций и практических занятий. Для перечисленного создается подсистема Регистры и перечисление ВидЗанятия, а так же вносятся поля и данные о штрафных баллах в справочник Предметы. Регистр остатков БаллыСтудентов включаются в созданную подсистему, добавляются необходимые измерения и ресурсы, с указанием типов данных, производится выбор регистраторов лекция и практическое занятие. Аналогично задается регистр оборотов посещения занятий. Запись движений регистра осуществляется через табличную часть, соотнесением поля и выражения с помощью реквизита документов, после чего осуществляется генерация кода системой. Проводить движения и выполнять с данными различные манипуляции можно после добавления новых регистров в командную панель.Для просмотра движений регистра созданных документом из него самого необходимо отметить его видимость в форме для дальнейшей работы.

В 1С: Предприятие существуют регистры сведений, которые позволяют хранить некоторую информацию доступную в любой момент для извлечения из регистра. Они бывают периодические и непериодические. В периодическом регистре информация привязана к дате и может изменяться во времени. В непериодическом информация от времени не зависит. Регистры сведений могут быть независимыми или подчиняться регистратору (записи можно заносить вручную, либо это производит некоторый документ конфигурации, заданный как регистратор для этого регистра). Регистр сведений, как и регистр накопления, состоит из измерений и ресурсов. Измерения задают параметры, по которым информация заносится и извлекается из регистра, а ресурсы – хранимые данные.

Регистры накопления используются в данной предметной области для двух целей. Во-первых, для хранения данных о баллах, которые можно получить за лабораторную работу. Они изменяются во времени, понижаясь к концу семестра. Например, очередное снижение может происходить каждый месяц после установленного срока сдачи работы. Во-вторых, для фиксации факта сдачи каждой лабораторной работы и полученных за нее баллов. Для этих действий понадобятся следующие изменения конфигурации:

1. Добавить справочник лабораторных работ, подчиненный

справочнику предметов, с реквизитом максимальный балл за сдачу работы (выставляется, если работа сдана вовремя);

2. Создать регистр сведений Баллы лабораторных работ, в котором хранятся с ведения о баллах за лабораторную работу (этот регистр независимый и периодический, измерения – лабораторная работа; ресурсы – балл);

3. Сформировать глобальный общий модуль с функцией извлечения балла лабораторной работы на заданную дату;

4. Создать сведений Учет сдачи лабораторных работ, с данными о баллах, полученных студентами за конкретную работу (этот регистр периодический и подчиняется регистратору – документу Сдача лабораторных работ, измерения – лабораторная работа, студент; ресурсы – балл сдачи);

5. Выполнить обработку первоначального заполнения баллов лабораторных работ, в ходе которой в регистр баллы лабораторных работ вносятся максимальные баллы за лабораторные работы, установленные в справочнике Лабораторные работы на заданную пользователем дату.

6. Создать документ Сдача лабораторных работ, использующий для определения балла за работу, ранее созданную функцию из общего модуля.

На основе созданных документов, с учетом их особенностей возможно построение отчетов.

Отчет по документу с двумя табличными частями, которым является Лекция, формируется в конструкторе печати выбором полей каждой табличной части и заданием кнопки команды Печать. В макете полученного отчета предоставляется возможность работы со шрифтом, перемещения и добавления надписей, объединения строк и ячеек для придания отчету любого вида.

В случае если необходимо произвести вычисления, как например, в отчете по документу Практика с вычислением общей суммы начисленных за занятие баллов, то после стандартных действий создаем поименованную область Итог и в значениях свойства Заполнение вписанных с названиями расчетов ячеек установим Параметр, который пропишем в окне модуля менеджера программным кодом в процедуру Отчет строки.

Система так же позволяет формировать отчет с использованием схемы компоновки данных. Если следует подсчитать баллы студентов заданной группы по заданному предмету, в том случае, когда при этом группа и предмет будут выступать параметрами отчета, то в конструкторе макета отчета выбирается схема компоновки данных. Добавлением набора данных – запрос переходим на вкладку Параметры, где они и описываются. На вкладке Наборы данных запустим конструктор запросов и на его вкладке Таблицы выбираем БаллыСтудентов.Остатки, поскольку данные о накопленных баллах находятся в этом регистре. Поля из этой таблицы (потенциальные поля отчета) извлекаемые запросом и необходимые для отбора переименовываем на вкладке Объединения/Псевдонимы, а на вкладке

Условия задаем условия отбора данных (в текущем случае равенство соответствующих ссылок параметрам запроса).На вкладке Параметры система автоматически добавляет параметр Период (дата, на которую выбираются баллы) и он может быть использован в качестве параметра виртуальной таблицы данных запроса, где можно производить группировки отчета.

Отчет можно модифицировать таким образом, что бы некоторая информация в зависимости от значения выделялась каким либо цветом. В выбранном примере красный цвет обозначит студентов, не набравших минимума по предмету. Для этого нужно:

- Изменить программу проведения документа Сдача лабораторных работ, чтобы баллы за лабораторные заносились в регистр Баллы студентов;
- В справочник предметов занести реквизит с минимумом по предмету и заполнить его значениями по всем предметам;
- Использовать в схеме компоновки данных минимум по предмету для условного форматирования данных.

Приведенный пример работы в 1С:Предприятие наглядно демонстрирует обширные возможности системы для решения задач организации и их автоматизации за счет мощного функционалаи оснащенности инструментами, позволяющими максимально учесть требования пользователя. Проделанная работа по созданию информационной базы вуза позволила структурировать и обобщить информацию о предметах и учащихся, во многом упростила учет успеваемости студентов и работу с данными.

Использованные источники:

1. 1С:Предприятие. Конфигурирование и администрирование. М. Изд-во фирмы «1С», 2001
2. Радченко М. Г.1С: Предприятие 8.1. Практическое пособие для разработчика. Примеры и типовые приемы / М.Г. Радченко. - М.: ООО "1С-Паблишинг", СПб: Питер. 2007. - 512с.: ил.
3. Тимофеев Г.С., Шумейко Д.А. Конфигурирование и администрирование 1С:Предприятия. Серия «Учебный курс». Ростов н/Д: Феникс, 2001. – 320 с.

Драч А.Н.
ассистент
кафедра Информационных технологий
и методики преподавания информатики
Ерохин Г.В.
студент 4 курса
Институт Математики, механики
и компьютерных наук им. И.И. Воровича
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону

ЯЗЫК NEMERLE КАК АЛЬТЕРНАТИВА «КЛАССИЧЕСКИМ» ЯЗЫКАМ ПРОГРАММИРОВАНИЯ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

Статья посвящена новому гибридному языку программирования Nemerle и его особенностям, делающим его альтернативой языков, которые изучают в учебных заведениях.

Ключевые слова: языки программирования, С-подобные языки, парадигма программирования

В настоящее время в мире представлено большое разнообразие языков программирования. Одни языки были созданы для решения каких-либо узкоспециализированных задач, другие для решения широкого спектра задач. Неудивительно, что из этого многообразия, школьные учителя и преподаватели выбирают языки программирования, проверенные временем, не рассматривая вполне достойные современные альтернативы, освоив которые школьники и студенты быстрее смогут изучить другие языки.

Не так давно появился язык Nemerle, который специалисты называют одним из лучших языков, спроектированных под платформу .Net. Он схож с языками семейства C# и .Net, поэтому не только программистам, работающим на этих платформах, но и новичкам будет достаточно просто его освоить.

Язык Nemerle начали разрабатывать три аспиранта в Вроцлавском университете в 2003 году.

Первый комплекс для программирования на Nemerle, включавший компилятор языка с набором библиотек для встраивания в Microsoft Visual Studio 2008, компилятор для работы без Visual Studio, версию, интегрируемую с Visual Studio 2010, а также исходные коды, был выпущен в 2011 году под BSD-подобной лицензией, допускающей его свободное использование.

Такой состав ПО обусловлен тем, что Nemerle совместим на уровне библиотек как с C#, так и с VisualBasic. Все компоненты и библиотеки, доступные в .Net, можно использовать из Nemerle. К тому же, если в публичном интерфейсе не используются вариантные типы данных, библиотеку Nemerle можно использовать из C# или VB без изменений, как это обычно происходит с языками, не разрабатываемыми под платформу, а адаптируемыми к ней.

В Nemerle можно выделить 3 части:

- базовую, без подключения синтаксического макроса. Но использовать её затруднительно из-за отсутствия, например, приоритета операторов. Обычно её используют для обучения или создания собственной замены стандартной библиотеки.
- часть с макросами из стандартной библиотеки Nemerle.Core.
- часть с макросами из других пространств имен макро-библиотек (стандартной или сторонних).

Полное представление о синтаксисе Nemerle можно получить, только соединив синтаксис базовой части с синтаксисом стандартных макросов. При этом, база языка не очень большая.

Nemerle сочетает в себе несколько парадигм программирования (функциональную, объектно-ориентированную, императивную и метапрограммирование), благодаря которым его можно применять в очень широком спектре задач. К тому же, все перечисленные парадигмы можно рассматривать на примере одного языка. При этом, Nemerle не требует кардинальной перестройки сознания, как Haskell или LISP. В тоже время, эти языки станут более доступными и понятными после изучения Nemerle.

Функции (библиотечные, пользовательские) и другие действия можно выполнять последовательно, отделяя «;», как в Pascal, в C#, Java и C++.

Перечислим некоторые особенности языка: [1,2]

1. Использование интеллектуальной IDE (модуля расширения для Microsoft Visual Studio), что позволяет упростить процесс работы с кодом.
2. Наличие мощной системы метапрограммирования, которая позволяет автоматизировать разработку кода внутри проекта и использовать код из проектов на других языках.
3. Возможность использования как «{}» для отделения классов, составных операторов, тел методов, так и описание структуры программы, основанное на отступах, как в Python.
4. Идентификаторы могут состоять из букв, цифр, знаков подчёркивания и апострофа. В описании переменных и методов присутствует схожесть с Pascal («переменная : тип»), но при этом задать несколько имен переменных нельзя.
5. Кроме подключения всех вложенных пространств имён, команда using позволяет напрямую подключить конкретный тип, что позволяет использовать методы классов или константы перечислений без квалификации имени. При этом, язык поддерживает вывод типов, что позволяет не указывать типы внутри кода.
6. Объявление локальных функций и констант начинаются с def, а главной функции программы - в виде статического метода Main головного класса программы, как в C#, при этом поддерживается прямое размещение кода в файле (не обязательно помещать его в класс или метод).
7. За счет использования модификатора mutable при объявлении переменных в синтаксисе неизменяемых объектов, поддерживается

идеология функционального программирования.

8. Для создания экземпляра класса не обязательно указывать ключевое слово new, поскольку оно выполняется вызовом конструктора — «ИмяКласса(параметры конструктора)».

9. Стандартная библиотека содержит тип list (однонаправленный связанный список) с особым синтаксисом, значительно упрощающим работу с ним. Так же ведены типы variant (аналог алгебраических типов в функциональных языках) и tuple (безымянная, незменяемая структура данных, содержащая несколько одно- или разнотипных элементов).

10. Введена конструкция сопоставления с образцом match. Она обладает большими возможностями по сравнению с конструкцией переключения switch и была позаимствована из ML-подобных языков. В стандартной библиотеке языка есть 3 макроса, реализующих условные операторы:

a. if (с обязательной ветвью else),
b. when (как «if без else»);
c. unless (как отрицание when или «when (! условие) выражение»).

При этом, все перечисленные операторы переписываются соответствующими макросами в оператор match.

11. Сопоставление с образцом, алгебраические типы данных, макросы позволяют описывать сложную логику и делают решение задачи более простым и понятным, чем на языках, не обладающих такими средствами (C#, Java, VB или C++). При этом полученный результат можно занести в библиотеку и использовать в проектах на других языках.

12. В коде можно использовать специальный подстановочный символ-заместитель «_», подавляющий предупреждение компилятора о неиспользуемой переменной. В C# это происходит автоматически и часто приводит к ошибкам, в то время, как Nemerle выдает предупреждение. Использование «_» вместо имени локальной переменной, как и использование стандартного макроса ignore, позволяет указать намеренное игнорирование результата.

13. Nemerle - статически типизированный, по сравнению с Ruby или Python, что позволяет получать легкий в исполнении код (сравнимый с C/C++ и C#) и находить некоторые ошибки еще до запуска программы.

14. В функциях Nemerle отсутствуют «return», «break», «continue» и другие императивные операторы перехода, позволяющие управлять ходом вычисления, по средством прерывания функции или цикла. Они реализуются в виде макросов на базе специальной конструкции.

Этот язык позволяет попробовать все возможности, которые предоставляют другие языки программирования, именно поэтому изучив его, школьнику или студенту будет проще освоить другие языки, многие из которых будут восприниматься как диалекты Nemerle.

При всей близости к «классическим» языкам программирования, Nemerle имеет ряд характерных отличий, часть которых взята из

функциональных и скриптовых языков, которые делают его проще и, как следствие, прекрасной альтернативой для изучения в любом учебном заведении или самостоятельно.

Использованные источники:

1. Nemerle. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Nemerle
2. Чистяков В.Ю. Язык Nemerle. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://rsdn.ru/article/Nemerle/TheNemerleLanguage.xml#1

Зуева М.С.
студент 3 курса
факультет «Экономика и управление»
Самарский государственный аэрокосмический университет
им. академика С.П. Королева (НИУ)
Россия, г. Самара

ВЛИЯНИЕ ИКТ НА РЫНОК ТРУДА

Аннотация. Глобальное распространение информационных технологий стало причиной принципиальных изменений в трудовой деятельности людей. Появление и стремительное развитие таких экономических явлений, как телеработа и аутсорсинг, породило широкую дискуссию среди экономистов и социологов. Объектом данного исследования является современный российский рынок труда.

Ключевые слова: информационно-телекоммуникационные технологии (ИКТ), труд, информация, рынок труда, профессия.

Annotation. The global IT expansion led to fundamental transformations in human labor process. The appearance and impetuous development of such economic phenomena as WFH (Work From Home) and outsourcing caused the widespread debate among economists and sociologists. The object of this study is to present the Russian labor market

Keywords: Information and communication technology, labor, information, labor market, profession.

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) неузнаваемо видоизменяет наше общество, и каждый из нас на протяжении своей жизни вынужден адаптироваться к этим переменам.

При внедрении ИКТ организации сокращают численность персонала, оставляя наиболее способных и талантливых людей. В своей книге «Кибернетика» Н.Винер писал: «…мы стоим перед лицом другой социальной силы, несущей неслыханные возможности для добра и зла. Заводы – автоматы, сборочные конвейеры без рабочих появятся так скоро, как только мы решим затратить на них столько же усилий, сколько мы, например, затратили на развитие техники радиолокации во время Второй

мировой войны. ...Это новое развитие техники… делает метафорическое господство машин самой непосредственной и неметафоричной проблемой».

И если первая промышленная революция обесценила ручной труд, то информационная революция обесценивает «человеческий мозг, по крайней мере, в его наиболее простых и рутинных функциях. Разумеется, подобно тому, как квалифицированный плотник, механик или портной пережили так или иначе первую промышленную революцию, так и квалифицированный ученый и квалифицированный администратор могут пережить и вторую.

Рынок труда в Российской Федерации, а именно его структурирование осуществляется не единовременно и совершенно различными темпами, зависимо от условий и факторов развития нашего государства. В последнее время все чаще проводятся различные опросы, референдумы и анкетирования, принимаются новые законы и поэтому специфика создания рыночной среды имеет весомое значение.

Целью нашей работы является анализ влияния информационно-коммуникационных технологий на рынок труда: сокращение численности персонала, появление новых специальностей, новых форм организации труда, и, как следствие, несоответствие параметров спроса на труд и его предложения.

Рынок труда является системой конкурентных связей между отдельными участниками общего рынка, такими как государство, предприниматели и трудящиеся, по поводу найма работников и их использования в общественном производстве. Это определяет особенности современного рынка труда. Он является рынком трудовых ресурсов, как товара. Цена и количество труда на нем определяются в результате объективного взаимодействия спроса и предложения. Этот рынок является сферой, где трудящиеся и наниматели могут вести совместные переговоры по поводу будущей оплаты труда и его условий.

Структура рынка труда включает пять основных сегментов. Прежде всего, это относительно немногочисленный, но очень качественный отряд высокопрофессиональных работников руководящего звена (менеджеров). Затем идут кадровые работники и служащие высокой квалификации. Далее следуют рабочие отраслей промышленности, которым свойственны структурные перестройки и периодические сокращения производства. Кроме этих групп выделяют группу работников трудоемких отраслей, для которых характерен низкий уровень производительности труда. Пятым компонентом является самый уязвимый слой трудящихся - молодежь, люди старшего возраста, лица с умственными и физическими недостатками, люди, в силу причин не могущие найти работу.

Особенности формирования рынка труда оказывают влияние на все его компоненты и текущее состояние.

В зависимости от степени уравновешенности спроса и предложения выделяют равновесный (характеризуется сбалансированностью компонентов), избыточный (для которого свойственно превалирование

предложения над спросом) и дефицитный (для которого свойственно превалирование спроса над предложением) рынки труда. Такие виды рынка могут иметь отношение к интегрированному, региональному или профессиональному труду.

Уязвимым местом в Российском рынке труда является слабо действующие регуляторы и движущие силы. По основным параметрам он явно остается не устойчивым, это можно понять, судя по маленьким заработным платам, отсутствия накоплений и большой потребности рабочих мест.

Совершенно очевидно, что важнейшим из числа необходимых условий деятельности, связанной с принятием решений, является наличие соответствующей (относящейся к содержанию решения) информации. Так же очевидно, что качество имеющейся информации в значительной (если не в главной) мере предопределяет качество принимаемых на её основе решений.

Информационные связи комплекса учетных задач дают возможность выделить три основные фазы обработки, заложенные в основу программных продуктов.

На первой фазе выполняются: первичный учет, составление первичных документов, их обработку и составление сведений аналитического учета за каждым участком учета (например, по учету заработной платы составляется расчетно-платежная документация, отчеты начислений и удержаний заработной платы и т.п.).

Следующая фаза обработки - составление проводок и их размещение в регистры аналитического и синтетического учета, журналы-ордера за номерами счетов. Компьютерная обработка дает возможность полностью автоматизировать этот процесс, формировать проводки, закончив решение каждого участка учета.

Третья фаза обработки - это составления сведенного синтетического учета отчетно-сальдовых сведений за счетами главной книги, баланса и форм финансовой отчетности.

Система информационного обеспечения управления предусматривает создание единого информационного фонда, систематизацию и унификацию показателей и документов, разработка средств формализованного описания данных и т.п.

Техническое обеспечение - это комплекс взаимосвязанных технических средств, предназначенных для собирания, накопление, обработку, передача, обмена и отображение информации, нужной для управления системой. Так же это комплекс разных видов техники: вычислительная техника, периферийные устройства, средства автоматического считывания данных, офисное оборудование, коммуникационное оборудование, средства передачи и обмена данными, коммуникационное оборудование, сетевое оборудование, средства мультимедиа и т.п.

Сегодня невозможно представить себе какую-либо экономическую деятельность - масштабом чуть больше кустарного производства - без автоматизации основных бизнес-процессов. А если это огромный промышленно-строительный холдинг? Здесь все процессы, начиная с разработки проекта, составления смет, архитектурного и геоинженерного проектирования и заканчивая бухгалтерским и налоговым учетом, требуют внедрения специализированного программного обеспечения.

Последние 10 лет ИТ-сфера развивалась бурно и динамично: зарплаты росли, появлялись новые профессии, в то время как другие отмирали. Изменились и требования к ИТ-специалистам. Стандартных ИТ-навыков работодателю уже недостаточно, поэтому все чаще к соискателям стали предъявлять требования, касающиеся их личных качеств.

За последние 10 лет рынок труда в ИТ-сфере вырос в 18 раз: если в 2006 году в России было опубликовано 12 тысяч вакансий, то по итогам 2015 г. — более 213,5 тысяч.

Рисунок 1 - Динамика вакансий в ИТ-сфере в России

В настоящее время на рынке представлено бесчисленное множество программных продуктов (как специализированных или адаптированных для строительства, так и общеотраслевых), предназначенных для абсолютно разных по размерам и профилю деятельности компаний.

Под воздействием НТП квалификационная структура предлагаемой и требуемой рабочей силы не соответствуют друг другу. Количество вакантных рабочих мест на новых производствах оказывается меньше, чем число работников, высвободившихся со старого производства, возникает структурная безработица. Часто выделяют технологическую безработицу, напрямую связанную с автоматизацией производства. В этом случае не только видоизменяется рынок труда, но и видоизменяются существующие профессии. Например, теперь любой бухгалтер должен уметь работать с одним из пакетов бухгалтерских программ, причем чем большим

количеством специального софта он владеет, тем его квалификация считается выше.

Появляются предприятия практически без работников. Это заводы автоматы по производству бетона, завод-автомат, изготовляющий литые алюминиевые поршни для автомобильных двигателей, заводы по производству сборных домов.

Заводы по производству автомобилей насыщены роботами, и количество персонала с внедрением цифровых систем управления постоянно снижается. Из конструкторских бюро исчезли кульманы, конструирование происходит в виртуальной среде, в связи с этим стали востребованы наиболее способные инженеры, а специальность чертежника – специалиста с низкой квалификацией – исчезла.

По разным оценкам, один робот заменяет от трех до шести работников. Идет перераспределение людей из сфер, требующих низкий уровень образования, в сферы, требующие не только соответствующего образования, но и специальной подготовки, особенно в области информационных технологий. Появились также новые профессии, связанные с инфокомной средой, такие как бизнес-архитектор (разрабатывающий структуру компании при внедрении информационных технологий управления), онтолог (человек, следящий за однообразием терминов на сайте), онлайн-рекрутер (подбирающий персонал в Интернет – сети), тренд-вотчер (отслеживает появление новых тенденций среди потребителей в инфокомной среде) и др.

Общество должно приготовиться к тому, что дальнейший прогресс будет происходить при уменьшении доли физического и увеличении доли умственного труда. Современная ситуация в странах, достигших высочайшего уровня развития в области инфокомных технологий (Швеция, Сингапур, Япония, США) по сравнению с другими странами, подтверждает данный прогноз. Проблема уже выходит за рамки предприятия, перестает быть проблемой «только денег» и становится проблемой не одного государства, но и мировой проблемой. В связи с этим задача государства - создать условия для реализации человеческого потенциала основной массы трудоспособного населения в разных направлениях.

В РФ технологическая безработица трансформировалась в негативные для страны моменты – высококвалифицированные специалисты готовы уехать из России в страны с более предсказуемой политикой развития страны и более высокими доходами специалистов данного уровня.

По результатам исследования, проведенным фирмой «Анкор» [1], только 17% занятых в сфере ИКТ предполагают сознательно остаться работать в стране. Подавляющее большинство - 77%, готовы эмигрировать, а 22% из них уже занимаются этим вплотную. На вопросы отвечали 550 ищущих работу человек в Москве и области и Санкт-Петербурге (16% респондентов). Непосредственно разработчиками ПО работают 13% опрошенных, 12% связаны с телекоммуникациями, другие - в ИТ - подразделениях крупных российских или международных компаний, в

системных интеграторах и аутсорсинговых компаниях.

В то же время, ежегодно в РФ выпускается собственно специалистов в ИТ-сфере порядка 4% от общего числа выпускников ВУЗов, это так называемые узкие специалисты, то есть дипломированные специалисты в области ИТ. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) по занятости населения России, в ИТ-сфере сегодня занято 1,47% от всех работающих, в то же время в США этот показатель составляет 3,74%, в Великобритании - 3,16%, в Германии - 3,14%.

Тенденции тем более тревожны, что протекают на фоне начинающегося демографического кризиса, когда количество работоспособного населения начнет уменьшаться год от года. Эту ситуацию уже ощутили учебные заведения: ССУЗы, ВУЗы. Пройдет 5-7 лет, и предприятия столкнутся с физической нехваткой персонала: по информации Правительства РФ, в 2025 г. количество трудоспособного населения страны сократится на 10 млн. человек. Тем более становится актуальной задача о внедрении информационных технологий управления с целью уменьшения затрат человеческого труда.

На фоне развития инфокомных технологий все более широкое распространение получает институт фрилансеров, работников, работающих удаленно, не находящихся в штате организации. Сегодня фрилансеры осваивают все новые виды профессий, это уже не только журналисты, переводчики, музыканты, дизайнеры, стилисты, фотографы и многие другие, – но и явные технари: программисты, специалисты по SEO (Search Engine Optimization), системные администраторы и 3D-графики.

С каждым годом число фрилансеров возрастает: в США в 2009г. их количество составляло порядка 7,4% экономически активного населения Америки, а к началу 2015 г. к ним можно отнести более 25%, то есть 45 млн. человек. В Европе количество работающих удаленно уже превысило 100 млн.[2]. В России, по официальной статистике, фрилансеров порядка 200 тыс.человек (0,3% от работающих россиян). Высшая школа экономики пыталась дважды (в 2008г. и 2011 г.) провести перепись фрилансеров, для чего надо было самостоятельно зарегистрироваться на объявленном сайте. По результатам последней переписи, зарегистрировалось чуть более 10 тыс. человек. По мнению ряда экспертов, в действительности фрилансеров в России намного больше, чем 200 тысяч, предполагая, что большинство отечественных фрилансеров предпочитают не аннонсировать свою деятельность, так как, как показывают опросы, большинство из них не регистрируют свою деятельность и не платят налоги. Надо заметить, что в 2013 г. внесены поправки в Трудовой Кодекс РФ, с помощью которых дистанционная работа легализовалась [3].

Информационно-коммуникационные технологии видоизменяют рынок труда – появились новые специальности, востребованными становятся более образованные люди, возникли новые способы организации работ – удаленные работники (фрилансеры). Увеличиваются требования к

работникам в области их компетенций в информационно-технологической сфере. Анализ, также показал, что в России промышленность и законодательство не успевает вовремя реагировать на изменения рынка труда, что учебные заведения также отстают от темпа изменений, который задает нам 21 век.

Учитывая все это, компаниям необходимо по-новому посмотреть на процессы привлечения и управления персоналом. Во многих случаях традиционный поиск сотрудников по критериям должностной инструкции не приведет к успешному результату. Традиционные методы управления людьми уже не отвечают реалиям современного бизнеса.

Использованные источники:

1. http://www.securitylab.ru/news/405802.php
2. Витушкин Д. Свободные копьеносцы атакуют. Санкт-Петербургские ведомости. Выпуск № 099 от 02.06.2011.
3. Федеральный закон от 5 апреля 2013 года № 60-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации.

Кечаева М.С.
студент 4 курс
специальность «Финансы и кредит»
Никулин А.Н., к.ф.-м.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»
Россия, г. Ульяновск

ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ В КЛАСТЕРАХ

В обстановке модернизации российской экономики развитие финансового кластера, товарного производства и обращения непосредственно связанны между собою. Банки проводят денежные расчеты, кредитуют субъекты экономических отношений, выступают посредниками в распределении капиталов, тем самым повышают эффективность производства, способствуют повышению производительности всеобщего труда и интегрирование капиталов. Коммерческие банки функционируют, отталкиваясь от денежно-кредитной политики государства, координируют поступление денежных потоков, воздействуя на скорость их оборота, выпуск, общую массу, включающую величину наличных денег, которые находятся в обращении. Регулирование повышения денежной массы снижает темпы инфляции, обеспечивает стабильный уровень цен, с помощью которого рыночные отношения влияют на экономику эффективным образом. Поэтому на пути к инновационному развитию экономики, необходимо актуализировать роль банковских систем и создаваемых кластеров [1, с.402].

Кластер (англ. «cluster» — скопление, кисть, пучок, куст) — объединение нескольких однородных элементов, которое может

рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами.

В контексте настоящей работы под кластерами в целом понимаем межфирменные комплексы, а также комплексы промышленных компаний, научно-исследовательских центров, банковских и прочих финансовых учреждений на базе территориальной концентрации стратегических альянсовых сетей [2, с.367].

В первую очередь, кластер подразумевает, агрегирование однородных организационных единиц какой-либо конкретной сферы деятельности. Банковский кластер — это координация банковских учреждений в границах определенной территории, способствующих экономическому росту региона на основании перераспределения сбережений в инвестиции с минимальными транзакционными издержками.

Банковский кластер может обеспечить: успешность неординарных методов достижения цели инвестиционных средств, объединение интересов и оптимизированное сочетание региональных и федеральных инструментов регулирования.

Особым продуктом деятельности банковского кластера признается кластерный капитал и кластерный кредит. Последний связан с предоставлением консолидированных денежных средств для финансирования региональных инвестиционных проектов и целевых программ на принципах срочности, платности, возвратности.

Кластерный капитал представлен в четырех формах: структурный (нефинансовые активы участников), когнитивный (общие ценности, коды, язык, взаимодействие), взаимосвязывающий (финансовые активы, доверие, нормы, обязательства, идентификация и контроль), инновационный (генерация результатов инновационного взаимодействия и развитие валового регионального продукта территории, где он создан). С этих позиций кластерный капитал представляет не только важнейший и мощный инвестиционный ресурс, но и определенную структуру взаимодействия, посредством которой наиболее эффективно осуществляется процесс консолидации[3].

На начальных этапах становления кластера ситуация характеризуются отсутствием положительных денежных потоков и возможностей в полной мере использовать долговые инструменты, предоставляемые институциональными инвесторами.

В такой ситуации доступными являются следующие формы привлечения заёмного капитала:

1) товарный кредит (финансирование со стороны поставщиков);

2) финансирование дебиторской задолженности (факторинг);

3) банковское кредитование под персональные гарантии третьей стороны, в частности – материнской компании;

4) Венчурное финансирование;

5) модель, сочетающая в себе принципы проектного и венчурного

финансирования.

Кроме того, в целях эффективного построения кластерной модели целесообразным является создание специализированной управляющей компании, которую следует рассматривать как объединение юридических лиц в форме ассоциации.

Её назначение заключается в том, чтобы наилучшим образом объединить интересы потребителей и производителей, характеризующихся общностью интересов.

В качестве источника финансирования выступают средства коммерческого банка (в ряде случае – инвестиционного банка), который рассматривает инвестиционный проект с точки зрения проектного финансирования (т.е. источником погашения кредита выступают будущие планируемые денежные поступления от реализации проекта). Одновременно с этим, банк входит в акционерный капитал создаваемого кластера (управляющей компании), приобретая акции по номиналу в долях не более 49%.

Одна из наиболее интересных особенностей такого механизма заключается в организации поэтапного финансирования проекта становления и развития кластера. Разделение финансовых потоков по этапам вызвано, как стремлением снизить финансовый риск инвесторов в случае отклонения от намеченного плана реализации проекта, так и необходимостью привлечения дополнительных средств по мере успешного достижения промежуточных результатов.

Использованные источники:

1. Езангина, И.А. Финансовые кластеры российских банков: актуальные аспекты [Текст] / И. А. Езангина, Ю. С. Тимофеева // Молодой ученый. — 2015. — №6. — С. 401-406

2. Езангина, И.А. Региональный кластерный подход как основа формирования инновационного потенциала государства // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2. С. 367

3. Мерзлов, И.Ю. Финансоваямодель построения и функционирования кластера [электронный ресурс] http://science-bsea.narod.ru (17.12.2015г.)

Кондратьева И.В., к.ф.н.
доцент «Кафедра социальных коммуникаций»
Томский политехнический университет
Лукьянченко В.П.
магистрант 2 курса
«Институт социально-гуманитарных технологий»
Россия, г. Томск

СТРАТЕГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ МЕДИЦИНСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ИНТЕРНЕТЕ

На сегодняшний день, не существует единой стратегии позиционирования информационных систем в интернете. Поэтому стоит

вопрос – возможно ли создать определенную стратегию позиционирования информационных технологий в сфере здравоохранения для повышения узнаваемости и создания определенного имиджа для компании. Данный вопрос довольно актуален, ведь использование позиционирования в продвижении компании – это способ выгодно отличаться от конкурентов, предоставить товару особое, однозначное место в сознании потребителей.

Ключевые слова: позиционирование, стратегия позиционирования, информационные технологии, медицинская информационная система (МИС), лечебно-профилактическое учреждение (ЛПУ).

Под понятием «позиционирование» понимается следующее - это способ выгодно отличаться от конкурентов, предоставить товару или другому объекту особое, однозначное место в сознании потребителей[73].

В основе успешной стратегии развития компании всегда лежит четкое позиционирование. Смысл позиционирования заключается не в создании уникального продукта и снижении цен, а в умении повлиять на сознание потребителей и сформировать положительный образ товара.

Существуют семь оптимальных примеров стратегий позиционирования[74]:

Использование свойств продукции или выгоды покупателя.

Цель данного подхода заключается в стремлении объединить объект со свойствами продукции или выгодой покупателя. Можно привести пример данной стратегии: зубная паста Crest заняла лидирующие позиции на рынке, выделяя эффективность борьбы с кариесом. В то же время остальные компании успешно продвигали себя с помощью двух характеристик. Скажем, паста Aquafresh обращала на себя внимание свежим дыханием и борьбой с кариесом.

•Позиционирование по цене и качеству.

Практически каждая компания предлагает в определённой товарной категории большее количество услуг, качеств и исключительности. Данные производители определяют высокую стоимость продукции с целью покрытия издержек и доказаввысококачественность товара. И напротив, в этой самой категории представлены другие компании, привлекательные ценовой политикой и наличием соизмеримого качества. Велика вероятность, что информация о качественных характеристиках затмит первостепенную позицию «низкая цена» либо же покупатель решит для себя, раз стоимость низкая, то и качество соответствующее.

•Позиционирование по использованию или применению.

Такая стратегия позиционирования позволяет привязать товар компании к определенной ситуации использования.При правильном использовании такой стратегии потребитель всегда, попадая в необходимую

[73] Джек Траут. Позиционирование. Битва за узнаваемость – Питер: 2004г.

[74] Основы теории позиционирования компании // PowerBranding – Режим доступа: (http://powerbranding.ru/pozicionirovanie).

ситуацию, будет вспоминать товар компании и стремиться купить именно его.Примерами могут быть следующие товары: позиционирование горячего шоколада, как необходимого теплого напитка перед сном, без которого сложно уснуть; позиционирование шампанского, как напитка для праздников и значимых торжеств.

4. Позиционирование по потребителю продукции.

Задача данного подхода - объединение конкретной продукции с классом покупателей или отдельного покупателя. Многие компании приглашают широкоизвестную личность для участия в рекламе продукции. Предполагается, что знаменитость повлияет на образ продукции, отображая имидж и характеристики популярного человека, представленного в качестве потребителя продукции.

5. Позиционирование по классу продукции.

Отдельные продукты принимают довольно таки рискованное решение позиционирования с вовлечением ассоциаций класса продукции. К примеру возьмём новинку рынка – высушенный при помощи замораживания кофе Maxim, который вынужден был себя позиционировать в одном ряду с натуральным и растворимым кофе.

6. Ассоциативный метод

Используя ассоциативный метод позиционирования, компания ассоциирует свой товар с конкретной личностью, местом, вещью, ситуацией или образом. Примером данной стратегии могут быть сигареты Marlboro, которые используют образ ковбоя. В связи с тем, что между сигаретами действительно существует минимальная разница, образ крутого ковбоя с Дикого Запада позволил придать сигаретам Marlboro сильный характер, обеспечив лидерство на рынке крепких сигарет.

7. Позиционирование по конкурентам.

Позиционирование по компании-конкуренту может осуществится посредством сравнительной рекламы, где чётко озвучивается конкурент и сопоставляется по одному либо же по нескольким свойствам продукции.

Проведем анализ стратегии позиционирования на примере следующей информационной технологии «БАРС. Медицинская Информационная Система» от компании «Барс Групп». «БАРС Груп» - это компания, появившаяся на рынке IT в 1992 году, является ведущим российским разработчиком и интегратором облачных систем управления. Уже сегодня, они заслужили доверие 13 миллионов пользователей по всей России[75]. Миссия компании заключается в повышении качества жизни за счет роста эффективности управления и комплексного решения вопросов государства, бизнеса и общества. «БАРС. Медицинская Информационная Система» представляет собой универсальное решение для автоматизации деятельности медучреждений. Архитектура решения позволяет, автоматизируя процессы в поликлиниках и стационарах, осуществлять обмен

[75] Компания «Барс Груп» – Режим доступа: (http://bars-open.ru/about)

данными между ЛПУ, а также централизованный сбор показателей со всей подведомственной сети, для мониторинга и принятия управленческих решений.

Для начала необходимо провести анализ товара и рынка. В нашем случае используется рынок информационных систем в сфере здравоохранения. Данный рынок довольно динамично меняется с каждым годом. Несмотря на кажущееся разнообразие решений, круг компаний, работающих на рынке здравоохранения, согласно данным CNews, постепенно сужается[76]. Так, в рейтинге проектов, реализованных в 2010-2011 годов, принимали участие более 30 интеграторов. В 2012 году их число сократилось до 21, в 2013 году – до 13, а в 2014 году осталось 12, среди которых как давно работающие и ориентированные в основном на рынок ИТ в здравоохранении компании «Пост Модерн Текнолоджи», «СП.АРМ», «Комплексные медицинские информационные системы» («К-Мис»), «Смарт Дельта Системс», «Сван», «СофТраст», «Комтек», так и интеграторы широкого профиля, активно развивающие у себя направление автоматизации медицины – «Форс», «Барс Груп» и другие.

Следующим этапом анализа является изучение конкурентов. Компания «Барс Групп» занимает активную позицию на рынке медицинских информационных технологий и количество внедрений в разы больше, чем у конкурентов (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ внедрений МИС за 2014 год

№	Компания	Количество внедрений за период	
		2014	Всего на 01.01.2015
1	Барс Групп	800	2 977
2	Сван	185	1 417
3	СП.АРМ	133	356
4	Смарт Дельта Системс Плюс	236	2 257
5	Пост Модерн Технолоджи	30	880
6	К-Мис	4	312
7	Комтек	14	178
8	Форс	7	26
9	СофтТраст	171	2 612
10	МедСофт	5	54
11	Нетрика	4	7

Преимуществами данной информационной системы, по сравнению с другими являются: мониторинг системы здравоохранения; расчет себестоимости лечения каждого пациента; преграда нецелевому использованию медикаментов; контроль качества медицинских услуг; виртуальный кабинет врача узкой специализации.

Одно из ее уникальных преимуществ, это то, что она имеет возможность поэтапного ввода в эксплуатацию. Одной из важных

[76] Информационные технологии в здравоохранении // Аналитика CNews – Режим доступа (http://www.cnews.ru/reviews/new/it_v_zdravoohranenii/articles/kakie_mis_poyavyatsya_v__regionah)

характеристик, можно отметить, что система обеспечивает единство исходных данных в системе и имеет централизованное управление и возможность гибкой настройки логики работы.

Рассмотрим стратегии позиционирования наиболее подходящие для нашего программного продукта.

Таблица 2 – Позиционирование 1

Рыночные свойства товара	**Будет ли ценным для потребителя, если продукт будет выполнять это свойство лучше всех?**	**Существует ли товар, реализующий это свойство лучше всех?**	**Точка дифферен-циации**
Электронный документооборот	да	да	нет
Облачная система	да	нет	да
Поэтапное внедрение	да	нет	да
Мониторинг работ всех ЛПУ региона	да	нет	да

Первая стратегия позиционирования подходит для нашей системы тем, что данный товар позиционируется сразу по нескольким характеристикам. Многие конкуренты нашей системы делают акцент на том, что их система позволяет автоматизировать процессы для лечебно-профилактических учреждений и заменить бумажный документооборот на электронный. Наша же система включает в себя не только эти характеристики, а так же и то, что реализация принципов, заложенных в Системе, предполагает перспективу создания в регионе единой базы данных учреждений здравоохранения и передачу данных в online-режиме через Интернет.

Таблица 3 – Позиционирование 2

Потребности и проблемы ЦА	**Решают ли эту проблему текущие игроки рынка?**	**Возможно ли лидерство в решении проблемы?**	**Может ли быть точкой дифференциации?**
Необходимость единой информационной базы	да	да	да
Электронный документооборот	да	нет	нет
Мониторинг работы ЛПУ	да	да	да
Поэтапное внедрение	да	да	да

Вторая стратегия позиционирования очень перекликается с первой, посредством того, что наблюдается явное упоминание конкурентов. В рекламе нашего программного продукта идет акцент на сравнении преимуществ нашей системы и систем конкурентов.

В завершении анализа позиционирования медицинской информационной системы была проведена оценка выбранных стратегий.

Таблица 4 – Общая стратегия позиционирования

Целевая аудитория	*Лечебно-профилактические учреждения*
Географические критерии	*РФ*
Социально-демографические	*ЛПУ России*
Поведенческие	*Характерная модель покупательского поведения: на покупку влияет имидж компании, скорость работы системы, сопровождение по всем этапам внедрения, покупку совершает по актуальности системы один раз, выбирает тщательно и осознанно*
Психографические	*Целевой потребитель убежден, что система должна работать идеально, не хочет переплачивать, готов доплатить за отдельные модули, уверен, что у компании должна быть хорошая репутация и имидж компании должен быть лидирующим в своей сфере.*
Точки дифференциации	*В отличие от всех конкурентов наша система является лидером в сфере медицинских информационных систем, предлагает полное сопровождение при внедрении, отвечает за качество системы в целом.*
Аргументация	1. *Поэтапный ввод в эксплуатацию* 2. *Единство исходных данных в системе* 3. *Централизованное управление* 4. *Гибкая настройка логики работы под пользователя*
Суть в 1 предложении	*Первая медицинская информационная система, отвечающая всем требованиям сферы здравоохранения и являющаяся лидером информационных систем в медицине.*

Подводя итог, важно отметить, что составление и выбор четкой стратегии позиционирования играет важную роль в обеспечении успешной рекламной кампании продукта в интернет среде. Для медицинских информационных систем была выбрана самая выгодная из семи стратегий, на наш взгляд, стратегия позиционирования смешанная, которая включает в себя лидерство по рыночным свойствам, а так же потребности потребителей.

Использованные источники:

1. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федеральный закон РФ от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ // КонсультантПлюс – Режим доступа: (http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=156802).

2. Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014-2020 годы и на перспективу до 2025 года: распоряжение Правительства РФ от 1 ноября 2013 года № 2036-р // Департамент развития информационного общества Администрации Томской области – Режим доступа: (http://deprio.tomsk.gov.ru/documents/front/view/id/10663).
3. Горелова А. Интернет-маркетинг// Маркетинг. – 2011. - No 3., с. 58-68.
4. Джек Траут. Позиционирование. Битва за узнаваемость – Питер: 2004г.
5. Ассоциация Развития Медицинских Информационных Технологий (АРМИТ) – Режим доступа: (http://www.armit.ru/association/).
6. Компания «Барс Груп» – Режим доступа: (http://bars-open.ru/about).
7. Информационные технологии в медицине – Режим доступа: (http://resortsoft.ru/publications/gost52636.html).
8. Информационные технологии в здравоохранении // Аналитика CNews – Режим доступа (http://www.cnews.ru/reviews/new/it_v_zdravoohranenii/articles/kakie_mis_poyavyatsya_v__regionah).
9. Основы теории позиционирования компании // PowerBranding – Режим доступа: (http://powerbranding.ru/pozicionirovanie).

Кочанова Е.Р., к.э.н.
доцент
кафедра «Информационные технологии»
Финансовый Университет при Правительстве РФ
Погосян Э.О.
студент 4 курса
Трофимова В.В.
студент 4 курса
факультет «Кредитно-экономический»
Россия, г. Москва

АУТСОРСИНГ БАНКОВСКИХ IT-ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ

Статья посвящена оптимальному выбору IT-аутсорсинга в коммерческом банке. Основой успешной деятельности коммерческого банка является правильный и грамотный подход к организации и реализации IT-процессов. Для того чтобы решить данный вопрос, необходимо сделать точный выбор модели использования IT-сервисов и инструментов.

Ключевые слова (IT-аутсорсинг, IT-инфраструктура, коммерческий банк, кризисные явления, законодательство)

The article is devoted to the optimal choice of IT-outsourcing in the commercial bank. The basis for the success of a commercial bank is a wise and competent approach to the organization and implementation of IT-processes. To resolve this issue, you need to make an accurate choice of the model of using IT-services and tools.

Keywords (IT-outsourcing, IT-infrastructure, commercial bank, crisis,

legislation)

Профессиональный IT-аутсорсинг безопасно, быстро и эффективно обеспечит работу по поддержке IT-инфраструктуры даже в таком консервативном бизнесе, как банки. Опытная команда может бесперебойно поставлять сервис в течение 24 часов каждый день. При этом у банка появляются дополнительные свободные финансовые, временные и человеческие ресурсы для развития новых сервисов или усиления существующих проектов.

Если банк решает передать аутсорсеру такие операции, как поддержка рабочих станций, сервис-деск, мониторинг IT-инфраструктуры, то риски небольшие. Они минимизируются с помощью стандартных средств безопасности. Это, например, ограничение доступа к важной банковской информации (критичным серверам и приложениям), внедрение средств контроля доступа (единая точка входа, двухфакторная аутентификация, журналы регистрации) и защита каналов связи (VPN). Если речь идет о передаче на аутсорсинг таких критичных систем, как АБС или CRM, которые обрабатывают информацию, составляющую банковскую, коммерческую тайну или персональные данные клиентов, то требования к безопасности значительно возрастают. Возможная утечка подобной информации – это очень высокий риск для банка, как с точки зрения последствий для бизнеса и репутации, так и с позиции нарушения требований законодательства и нормативных актов. Напомним, что в области информационной безопасности банковскую деятельность регулируют различные законы и нормативные акты, включая в том числе ФЗ «О банках и банковской деятельности и «О национальной платежной системе», Положения Банка России 382-П и 379-П, а также общегражданские Федеральные законы «О персональных данных» и «О коммерческой тайне». Однако даже такие сложные задачи сегодня находят решение при условии высокой зрелости процессов банка и должного качества услуг, предоставляемых IT-аутсорсером[2].

Если говорить о российской специфике ведения бизнеса, то снижение затрат на поддержку IT-инфраструктуры не всегда является ключевой целью при принятии решения о переходе на аутсорсинг. Сдерживающим фактором является боязнь потери части персонала, а также незнание технологических новинок и их удобства для функционирования систем банка.

Все кредитные организации без исключения могут рассматривать IT-аутсорсинг, как эффективную замену локальному IT-сервису. Но для перехода необходимо предварительно оценить зрелость: понять главные процессы управления IT-услугами, сформулировать конкретные и выполнимые цели преобразований, а также ответить на вопрос: удовлетворяет ли текущее управление IT-потребностями в компании?

На практике, к IT-аутсорсингу чаще всего обращаются крупные банки, имеющие большое количество филиалов. Они отдают на аутсорсинг IT-сферу полностью или частично, поддерживая остальную часть

собственными силами.

Банковский рынок продуктов и услуг быстро развивался до наступления экономического кризиса. Быстрыми темпами развивался, соответственно, и IT-аутсорсинг. Это развитие касалось таких областей, как администрирование, обслуживание сетей и сервисов, поддержка информационных сетей, систем хранения данных, управления банковской деятельностью. Это происходила ввиду того, что кредитные организации достаточно быстрыми темпами запускали новые системы, увеличивали объемы и мощность своих сервисов. В данной ситуации на рынке был избыток предложения. И именно по этой причине банки, заинтересованные в IT-аутсорсинге, с трудом могли выбрать себе партнера.

Несмотря на сложившуюся ситуацию, банкам удавалось привлекать аутсорсеров. Главной причиной выбора аутсорсинговой модели развития была необходимость быстрыми темпами внедрить новую информационную систему ввести ее в эксплуатацию. Отделы банка, занимающиеся технологиями, экономили деньги и время на доскональное изучение новых технологий, поручая это занятие внешним поставщикам. Все изменения и доработки проводились также аутсорсером, банку было нужно всего лишь дать техническое задание и проверить результат.

Между банком и аутсорсером заключался контракт, где были указаны операции и функции аутсорсера, четко установлены параметры качества, оговорены штрафные санкции за несоблюдение условий контракта. При управлении рисками в контракте на аутсоссинг коммерческие банки уделяли большое внимание информационной безопасности, сохранности персональных данных в системе, нежели рискам, связанным с персоналом и возможностью эффективного управления им.

Поговорим о факторах, которые, на наш взгляд, оказывают влияние на выбор аутсорсинговой модели развития IT-процессов. Главная причина – экономическая. При передаче IT-сервисов или даже нескольких процессов в управление аутсорсеру, происходит значительное снижение затрат коммерческого банка по сравнению с тем, что если бы для данных работ использовались его внутренние ресурсы. Практически при любых обстоятельствах услуги аутсорсера эффективнее, так как эта специализированная на конкретных сервисах компания, оптимальным образом построила свою деятельность, при этом, оказывая сервисы многим компаниям, что дает сделать вывод о гибкости в использовании ресурсов. Нужно отметить тот факт, что такая гибкость в работе позволяет с использованием меньших ресурсов выполнять больший объем работ, к тому же, и более качественно. В большей степени это относится к достаточно примитивным IT-сервисам, таким, как аутсорсинг печати, обслуживание сети устройств самообслуживания и др. За последнее время число компаний, предлагающих такие услуги возросло, и это привело к снижению стоимости услуг аутсорсинговых компаний, повышению качества их работы, и, соответственно, повышению заинтересованности кредитных организаций в

использовании услуг данных компаний, а не своих внутренних ресурсов[3].

Нужно заметить, что использование услуг аутсорсинга удобно и для больших сервисов. Допустим, при изменении сети продаж сервисы на аутсорсинге легко масштабируются.

Рассмотрим ситуацию, сложившуюся с приходом кризиса. Число контрактов, о которых мы упоминали выше, значительно уменьшилось. Банки стали более грамотно и взвешенно подходить к изменениям в информационных системах, стараясь на начальном этапе оценить экономический эффект от конкретных действий. Контракты на поддержку и обслуживание систем изменились, было сокращено число операций аутсорсера, увеличены допустимые сроки исполнения заявок, основное внимание было обращено на цену. Но банки были готовы даже на коренные изменения в структуре контрактов, чтобы сэкономить на стоимости обслуживания. В управлении контрактом главную роль исполняет менеджер по аутсорсингу. Важность его деятельности заключается в умении управлять качеством услуг, строительством взаимоотношений с компанией-аутсорсером, нахождении резервов в контракте.

На рынке стали возникать трудности с заключением новых контрактов на аутсорсинг. Причиной этому стал снижающийся уровень управления IT-процессами и недостаточная степень документирования инфраструктуры и исполняемых функций в кредитных организациях. Теперь для того, чтобы войти в контракт, аутсорсер должен был провести аудит того, что планировалось передать на аутсорсинг, описать и разработать процесс оказания услуг[1].

В качестве еще одной причины сложности заключения контрактов можно назвать недооценку рисков управления персоналом. Количество задач, выполняемых аутсорсером, снизилось, ввиду этого для банка стало сложным сохранять эффективность работы персонала. Вместе с тем, с финансовыми показателями контракта, со стоимостью выполнения операций также появились сложности. Как правило, контракт на IT-сервис был выгоден для заключения на 3 года. За данное время компания-аутсорсер налаживала взаимодействие с технологиями банка и выходила на оптимальный режим работы своего персонала. В краткосрочной перспективе инсорсинг зачастую оказывается выгоднее аутсорсинга. Именно в связи с этим понимание рисков управления персоналом в кризис является одной их основных причин, мотивирующих банки обращаться к услугам аутсорсинговой компании.

В случае, если кризис будет набирать оборот, то ситуация с переходом на услуги аутсорсинга будет ухудшаться. Банки будут отказываться от договоров аутсорсинга.

Поговорим о преимуществах аутсорсинга в неблагоприятной экономической ситуации. Главное преимущество – это, как мы уже говорили, меньшие затраты, по сравнению с использованием внутренних ресурсов, а также возможность оперативного масштабирования сервиса и

управления уровнем сервиса. Это дает возможность в быстрые сроки сократить операционные расходы и быстро вернуть уровень сервиса на предыдущий уровень в случае восстановления бизнеса.

В ситуации, когда происходит сокращение сети, это позволяет обойтись без болезненного сокращения IT-персонала, обслуживающего точки продаж. Если же происходит увеличение сети, дается возможность очень быстро обеспечить нужный сервис без поиска людей во внутренний штат. Очевидно, что в условиях кризиса это очень актуально.

Вопрос прибегнуть ли к услугам аутсорсинга является достаточно индивидуальным. На наш взгляд, для простых IT-сервисов их передача в аутсорсинг целесообразна и продуктивна для большинства коммерческих банков. Хотя, можно отметить и исключение, допусти, передача на аутсорсинг технического сопровождения устройств самообслуживания и точек продаж на востоке России требует тщательно анализа и расчетов для получения эффективного результата в аспекте затрат на сервис без потери качества.

Более сложная ситуация происходит со сложными сервисами. Помимо экономического фактора, нужно взвесить риски потери контроля над управлением сложными сервисами. К тому же, переход данных сервисов в аутсорсинг происходит гораздо сложнее, нежели для простых сервисов.

Разработка собственных банковских приложений и использование для их разработки сторонних компаний – отдельный вопрос. В данной ситуации крайне сложно будет сменить модель работы кредитной организации в быстрый срок, подстраиваясь под темпы роста кризиса[4].

Тут, на самом деле, все зависит от специфики банка, сложности его IT-насыщенности, бизнес-модели, развитости сети и других факторов. Есть банки, которые практически в полной мере передали свои процессы в аутсорсинговую компанию. Но для крупных банков пока сложно говорить о полном переходе на аутсорсинг.

Мы полагаем, что при выходе страны из экономического кризиса, улучшатся финансовые показатели банков, которые зададут новый тренд в использовании профессиональных услуг компаний-аутсорсеров. Для того, чтобы повысить экономическую эффективность, кредитные организации должны будут иметь возможность гибкого управления стоимостью IT-процессов. В борьбе за потенциальным клиентом банки будут увеличивать уровень доступности своих ITсистем и офисов. В решении этого вопроса банки прибегнут к услугам аутсорсеров, которые займутся доработкой уже имеющихся информационных систем и внедрением совсем новых. При таком раскладе выиграют специализированные компании, которые занимаются определенными продуктами и услугами. Они, полагаем, в силах вытроить свои процесс более оптимальным вариантом и сумеют предложить коммерческим банкам лучшую цену на рынке аутсорсинга IT-услуг.

В завершении хотелось бы отметить, что банковская отрасль – высококонкурентная отрасль, которая нуждается от ее участников

постоянных обновлений, свежих услугах и продуктов для потенциальных клиентов. Финансовое состояние коммерческого банка напрямую зависит от того, соответствует ли работа IT-департамента растущим требованиям банковского бизнеса: в какой степени он обеспечивает эффективность и стабильную работу, высокую производительность системы, соблюдает ли сроки выпуска на рынок новых продуктов и услуг. Для решения этих вопросов банкам целесообразно обращаться к аутсорсерам, нежели за счет собственных ресурсов производить действия в отношении своих IT-технологий.

Использованные источники:

1. Дяченко Оксана. Будущее за аутсорсингом // Национальный банковский Журнал – 2013. - №3 (106). - С.112-115.
2. Кашаев Р. А. Рынок ИТ-аутсорсинга в России и перспективы его развития // Молодой ученый. — 2015. — №18. — С. 273-274.
3. Козлова А. С. Развитие банковского аутсорсинга в России // Молодой ученый. — 2012. — №11. — С. 164-167.
4. Банковский аутсорсинг в России сегодня // сайт советов и полезных статей. — 2012. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://sait-sovetov.net/stati-biznes/bankovskij-autsorsing-v-rossii-segodnya-178.php (дата обращения 26.09.2015).

Кравченко А.В.
студент 2 курса
юридический факультет
Ковыршина С.В., к.филос.н.
научный руководитель, доцент
кафедра гуманитарных дисциплин и иностранных языков
Сибирский Филиал МИЭП
Россия, г. Новокузнецк

АРГУМЕНТАЦИЯ КАК ПРЕДМЕТ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В статье анализируется теория аргументации с позиции междисциплинарных исследований. Выявлены черты, присущие теории аргументации. Рассматриваются этапы становления теории аргументации.

Ключевые слова: аргументация, доказательство, логика, спор.

The article analyzes the theory of argumentation from the perspective of interdisciplinary studies. Revealed traits of the theory of argumentation. The stages of formation of the theory of argumentation.

Key words: reasoning, evidence, logic, argument.

Аргументация - это приведение логических доводов с целью доказывания истинности какого-либо положения. Достигается это использованием разных по силе средств психического воздействия на человека или расположение аргументов особым порядком. В большинстве

случаев показывается обоснованность и полезность какой-либо идеи.

В ходе аргументации у каждого собеседника создается конкретная позиция по обсуждаемой проблеме, первичное мнение можно попытаться поменять в том направлении, которое желает собеседник либо закрепить уже сформированную позицию сторон.

В данной части деловой беседы можно устранить или же смягчить противоречия, образующиеся у сторон в период обсуждения проблемы, критически осмыслить изложенные положения и факты участниками бесед. Непосредственно в этой части беседы складывается база, способствующая принятию решений, заключений в ходе деловой беседы. Именно аргументация исследует разнообразные методы убеждения аудитории в процессе речевого воздействия путем приведения доводов с целью изменения позиции другой стороны. Убеждения, как известно, это не только представления о действительности, но и оценки, идеалы, нормы, цели. Воздействуя на них можно изменять поведение людей. А это весьма востребовано в современном обществе, где большую роль играют электронные СМИ.

Можно выделить следующие черты, характерные для аргументации: аргументация всегда выражена в языке, имеет форму произнесенных или написанных утверждений; теория аргументации изучает взаимосвязи этих утверждений, а не те мысли, идеи, мотивы, которые стоят за ними; аргументация – это целенаправленная деятельность: она имеет своей задачей усиление или ослабление чьих-то убеждений; аргументация — это социальная деятельность, поскольку она ориентирована на другого человека или других людей, подразумевает диалог и, активную реакцию другой стороны на приводимые доводы; аргументация предполагает разумность тех, кто ее воспринимает, их умение рационально обдумывать аргументы, принимать их или оспаривать.

Аргумент состоит из положения - суждения или предложения, которое обсуждается, и обоснования - суждений, которые подтверждают положение, делают его ясным, очевидным или приемлемым для аудитории.

Чтобы правильно построить аргумент, нужно решить три задачи: найти идею, которая рассматривается как истинная или общепринятая; сблизить положение с этой идеей; предложить основания такого сближения, расположив доводы в последовательном порядке и связав их с положением.

Соответственно, обнаруживаются три смысловые части аргумента - топос, схема и редукция. Топос - общая идея, к которой приводится положение и на основе которой строится аргумент. Редукция - сведение значений термов к значению топоса. Схема - состав, связь и последовательность положения и доводов аргумента.[1]

Рассмотрим взаимосвязь между доказательством и аргументацией. Доказательство — это установление истинности какого-либо положения с использованием логических средств и утверждений, истинность которых уже установлена. Доказательство является частным случаем аргументации.

Доказательство — это аргументация, в которой аргументы являются утверждениями, истинность которых установлена, а формой является демонстративное рассуждение суждение, которое обеспечивает получение истинного заключения при истинных посылках.

Невзирая на то, что аргументация как практическое искусство существует достаточно давно, общество развивается, социальный фон существенно меняется, возникают новые формы аргументативных дискурсов и полемических взаимодействий, выставляющие прочие условия к спору, обсуждению вопросов, нарабатываются и накапливаются более точные способы анализа убеждающей речи. Все это без исключения требует разработки теории аргументации современного общества.

Начало данному процессу положило возникновение в 40х годов XX столетия на стыке двух дисциплин — логики и риторики — новой дисциплины, которую позже именовали «неориторикой». Это означало не только возрождения заинтересованности к процессам диалога, убеждения, коммуникации в целом, но и фактически явилось основой работы над формированием теории аргументации современного общества.[2]

В становлении теории аргументации XX столетия выделяются два этапа. Первый — это начало исследований о сущности аргументации не на примере абстрактных математических моделей, а применительно к языковой аргументации, которая применяется в гуманитарных дисциплинах, например, такой как юриспруденция. Этот этап связывают с Международным симпозиумом по философской аргументации (1963) и работой Х. Перельмана (именно его работа «Новая риторика» дала название этапу становления собственно теории аргументации).

Основоположник бельгийской школы Х. Перельман вместе с Люси Ольбрехт Титекой выявили, что убеждение не может быть сведено к логическому обоснованию, по этой причине в гуманитарной сфере современная логика относительно бесполезна.[3]

Второй этап в формировании теории аргументации XX столетия связан с именами голландских ученых, таких как Ф. ван Еемерен, Р. Гроотендорст, Ф. С. Хенкеманс. Они рассматривали аргументацию как попытку поменять мнение аудитории.

Аргументация связана с разными сторонами общественной жизни человека, поэтому она «измеряется» как теоретическими, так и практическими критериями. Аргументация вплетена во все структуры общественного процесса, она используется в противоборстве социальных доктрин и идеологий. На сегодняшний день аргументация обретает новые черты в гуманитарном знании, таких конкретных областях как философия, мораль, политика, история и т.д. Она существует в виде социально-культурных практик, к которым можно отнести и различные способы аргументирования — спор, дискуссию, полемику, дебаты, прения и т.д. Единым местом стало признание, что вне спора, вне диалога истина рождена быть не может. Сегодня в силу различных факторов прослеживается

увеличение заинтересованности к разным формам диалога, широкое распространение приобрело, например, понятие «диалог культур».[4]

Все это делает изучение аргументации не только практически значимым, но и теоретически необходимым. Ведь аргументация — это вид деятельности, обладающий собственными основаниями, которые невозможно свести к исключительно логическим и частично методологическим аспектам процесса убеждения.

Аргументация относится к наиболее сложным фазам беседы, точно как и любому изложению проблем. В данном случае необходимы как большие знания, концентрация внимания, так и напористость, присутствие духа и, наконец, просто корректность. Необходимо относиться к мнению собеседника с тем же вниманием, равно как к своему, независимо от того, являются ли наши собеседники нашими соперниками либо единомышленниками по определенному вопросу обсуждения. Мы во многом зависим от собеседника. По этой причине правильно установив задачи, которые мы хотим решить в ходе беседы, и, владея всем материалом, мы должны так же входить в положение наших собеседников.

Тактика аргументирования должна быть предварительно разработана и доведена до совершенства.

Использованные источники:

1. Рузавин Г.И. Методологические проблемы аргументации. — М., 1997. — 159 с.
2. Берков В.Ф. Логика и риторика. Хрестоматия. 2007. – 736 с.
3. Бочаров, В.А. Основы логики: Учебник / В.А. Бочаров, В.И. Маркин. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 296 с.
4. Ивин А.А. Теория аргументации: Учеб. пособие для студ. Вузов – М., 2000. – 414 с.

Крылатова Ю.В.
студент
Финансово-экономический институт
Северо-восточный федеральный университет
Россия, г. Якутск

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕРОВ ЯКУТСКА

В статье даны результаты учебного исследования рынка интернет-провайдеров Якутска на примере исследования на крупнейшем в Якутске портале Ykt.ru, были выявлены основные конкурентные преимущества каждого интернет провайдера.

Ключевые слова: маркетинг, исследование рынка, интернет-провайдер, ростелеком, трансстелеком.

Широкому распространению интернета на какой-либо территории способствует формирование рынка Интернет-провайдеров — фирм, оказывающих услуги по обеспечению доступа в интернет. Для успешной

работы в конкурентной среде провайдеры внедряют новые технологии, позволяющие повысить качество связи, снижают цены, расширяют сети доступа в интернет. Для пользователя выбор провайдера — это главный этап при подключении к интернету, т.к. от него зависит качество соединения с интернетом, материальные затраты, общий уровень сервиса. В связи с этим выбор провайдера нужно проводить на основании изучения регионального рынка интернет-услуг.

Тема исследования является актуальной, поскольку в наше время — во время информационных технологий, интернет является продуктом, пользующимся всевозрастающим спросом. Выявление конкурентных преимуществ позволит дать представление о ситуации на рынке интернет-провайдеров Якутска и дать рекомендации по повышению эффективности кампании по продвижению товаров/услуг.

Цель данного маркетингового исследования: анализ текущего состояния рынка Интернет-провайдеров г. Якутска.

Задачи:

1) Выявление основных интернет-провайдеров г. Якутска.

2) Выявить основные конкурентные преимущества и товары-субституты, их влияние на потребление и динамику потребления продукции.

3) Дать прогноз развития рынка интернет-провайдеров на перспективу в г. Якутске.

Информационная база. При исследовании рынка большую роль прежде всего играет выбор метода исследования. При проведении исследовательской работы был выбран метод опроса - анкетирование. Анкета заполнялось респондентами самостоятельно в электронном виде.Так как генеральная совокупность пользователей интернет провайдеров Якутска неизвестна, опрос производился среди аудитории одного интернет портала, что, естественно вносит коррективы в данные. Так как исследование начальное, учебное, мы опросили всего 48 респондентов с помощью простой случайной выборки. Исследование проводилось в мае 2015 г. в г. Якутске на сайте ykt.ru.

Итак, наиболее популярными интернет провайдерами в Якутске являются Ростелеком (48%) и ТрансТелеКом (44%).

Главными факторами выбора провайдера являются цена трафика, скорость подключения и наличие бесперебойной работы. По рекомендации знакомых подключен каждый пятый, в два раза больше рекомендуют ТТК.

Количество постоянных пользователей у Ростелекома больше в 1.5 раза по сравнению с ТТК, а у последнего в свою очередь, на 1.5 раза больше доля новых пользователей со сроком пользования до 2 лет. Также примечательно , что 76% пользователей ТТК ранее пользовались другим провайдером, в отличии от пользователей Ростелекома (43%). Такое явление можно объяснить тем, что до появления ТТК в городе, Ростелеком был почти провайдером-монополистом в Якутии, но, с приходом на рынок ТТК, всё большее количество пользователей переходит на него. Более того,

каждый пятый респондент выбирает Ростелеком по причине отсутствия выбора, т.е. их дома на данный момент не обслуживаются другими провайдерами.

С помощью анкетирования также выявлено, что только 4% абонентов Ростелекома оценивают качество услуг высоко, тогда как у ТТК их 29%. Количество недовольных абонентов Ростелекома (39%) в два раза больше, чем у ТТК (19%). Респонденты – пользователи Ростелекома больше остальных пользователей тратят на интернет, и только всего 15% тратят не больше 1000 руб. в месяц, у ТТК половина пользователей тратит в месяц не больше 1000 руб.

Если сравнивать данные якт.ру на начало 2014 года с данными нашего опроса, можно сделать вывод, что интернет-провайдер ТрансТелеКом развивается и уже наравне с Ростелекомом популярен в нашем городе.

Курочкин В.Н., д.т.н.
старший научный сотрудник, профессор
кафедра экономики и управления в образовании
Васильев В.В.
студент 5 курса
Высшая школа бизнеса
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА БАЗЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Ключевые слова: управление, экономический анализ, контроль, результативностью, информационная технология, организация общественного питания, сервис.

Аннотация

С целью разработки мероприятий по улучшению управления результативностью хозяйственной деятельности предприятия общественного питания предлагается применение информационных технологий для управления результативностью предприятия общественного питания: ростом прибыли (что обеспечивает рост рентабельности), снижением издержек (за счет системы управления).

В результате исследований выявлены резервы и направления улучшения управления результативностью организаций общественного питания на базе IT- технологии

Управление результативностью хозяйственной деятельности частного предприятия (коммерческой организации) общественного питания зависит от реализации и себестоимости оказываемых услуг и продукции (в дальнейшим по тексту – услуг), от инноваций в данной сфере сервиса [1]. Из опыта работы предприятий данного направления экономической деятельности известно, что экономически эффективно управление

результативностью на базе информационных технологий, то есть в условиях финансового кризиса, когда объем оказываемых услуг общественного питания снижается, важно сохранить достигнутый уровень результативности, для чего необходимо действенное финансовое управление (финансовый менеджмент), основой которого может быть IT-технологии.

В связи с этим целью статьи является разработка мероприятий по улучшению управления результативностью хозяйственной деятельности предприятия общественного питания на базе IT- технологии.

Объектом исследования является коммерческие организации общественного питания, а предметом – экономические процессы, связанные с управлением результативностью. Информационной и эмпирической базами исследования является бухгалтерская и статистическая отчетность [4].

Изучение исследований академика М.И. Баканова, профессоров Л.Е. Вахрушиной, Н.В. Войтоловского, В.В. Ковалева, А.Д. Шеремета и др. показало следующее. Повышение результативности деятельности организаций общественного питания, в частности, связано с решением следующих вопросов: как привлечь новых посетителей, как своевременно поставить на кухню и в бар продукты, как оперативно контролировать и анализировать, не упустив деталей работы ООП, то есть управление результативностью деятельности [8] организаций общественного питания (ООП) связано с контролем и анализом, которые являются функциями управления [3].

Особое место в контроле показателей результативности ООП занимает финансовый анализ, который применяют для исследования экономических процессов и экономических отношений, показывает сильные и слабые стороны предприятия и используется для принятия оптимального управленческого решения [2]. Анализ финансовых результатов деятельности позволяет определить рациональные способы управления ресурсами и сформированием структуры основных средств [9].

Рядом исследований результативности коммерческих организаций установлено, что объем производства и реализации услуг являются взаимозависимыми показателями, поэтому их анализ выполняют во взаимосвязи, совместно [7]. В настоящее время рынок в исследуемом направлении сервиса насыщен, конкуренция усиливается, поэтому не производство определяет объем продаж, но возможный объем оказания услуг является основой конкурентоспособности и результативности.

Управление результативностью хозяйственной деятельности коммерческой организации основано на управлении прибылью, рентабельностью, платежеспособностью [5] и другими показателями деловой активности [11], поэтому можно предположить, что результативность ООП характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности, так как получает прибыль главным образом от реализации продукции и услуг общественного питания.

Из теории экономического анализах известно, что прибыль от реализации продукции и услуг зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции *(VРП)*; ее структуры *(УДi)*; себестоимости (*Сi*) и уровня среднереализационных цен (*Цi*). Реализованная продукция – это стоимость предоставленных и оплаченных клиентами ООП услуг в действующих ценах по факту оплаты (в целом – по выручке). Объем реализации продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объема реализации происходит уменьшение суммы прибыли. Структура товарной продукций может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Если увеличится доля более рентабельных видов продукции в общем объеме ее реализации, то сумма прибыли возрастет [12].

Реализация продукции является связующим звеном между ООП и его клиентами. Следовательно, управление результативностью деятельности следует изучать во взаимосвязи с реализацией услуг ООП, главным (управляемым) фактором является результативность (характеризуется объемом реализации и прибыли, уровнем рентабельности), она зависят от производственной, снабженческой, маркетинговой и финансовой деятельности предприятия, иначе говоря, это управляющие факторы [6].

Рассмотрим управление рентабельностью (*РООП*), которая является отношением валовой (*Прп*) или чистой прибыли (*ЧПпр*) к сумме затрат по реализованным услугам (*Сру*)

$$РООП = Прп/ ЧПпр= ЧПпр/ Сру \quad (1)$$

Формула (1) показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию услуг ООП, может рассчитываться в целом по предприятию или видам продукции (блюда, алкогольные и безалкогольные напитки) и услуг. Увеличивая или уменьшая сумму затрат (себестоимость) по реализованным услугам посредством перечисленных управляющих факторов, то есть увеличивая числитель или уменьшая знаменатель в формуле (1). Аналогичным образом управляется рентабельность продаж (оборота) – отношение прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли к сумме полученной выручки [13]. При этом исходят из предположения, что все приведенные факторы изменяются сами по себе, независимо друг от друга. Прибыль изменяется прямо пропорционально объему реализации, если услуги рентабельны, и обратно пропорционально – если убыточна [7].

Уровень рентабельности производственной деятельности в целом по предприятию зависит от трех факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации. Следовательно, для управления прибылью логично

использовать следующую модель

$$Прп = \Sigma\ (Кi\ *\ (Цi -\ Сi\ )), \qquad (2)$$

где *Прп* – сумма прибыли;

Кi – объем услуг (i-х блюд, i-х напитков) в физических единицах;

Цi– цена реализации i-х блюд, i-х напитков;

Сi – себестоимость единицы продукции и услуги (i-х блюд, i-х напитков).

Из формулы (2) следует, что финансовое управление осуществляется

увеличением объема реализации рентабельных услуг, уменьшением объема реализации низкорентабельных и удалением из ассортимента убыточных услуг, а также увеличением разности *(Цi – Сi)*. Она возрастает при увеличении средней цены реализации и снижении себестоимости.

Предлагается применение информационных технологий [10] для управления результативностью предприятия общественного питания. Цена на рынке указанных технологий – от 17,0 до 50,0 тыс. руб. Они позволят контролировать массу ингредиентов блюд, отпускаемых напитков, так как при ручном способе контроля ошибка – не менее 5%, то есть 50 г. находится в пределах погрешности блюда (ингредиента) массой в один килограмм.

Информационные технологии анализа и контроля затрат, физического объема реализованных блюд оказывают существенное влияние на снижение их себестоимости и соответственно увеличение *(Цi – Сi)*, а привлечение дополнительных клиентов инновационными технологиями, дивайсами, гаджетами увеличивает объем реализации i-х блюд, i-х напитков.

Обратимся к показателям ООП. К примеру, динамика себестоимости, прибыли и выручки услуг общественного питания за период 2009–2014 гг. имеет тенденцию роста (рис).

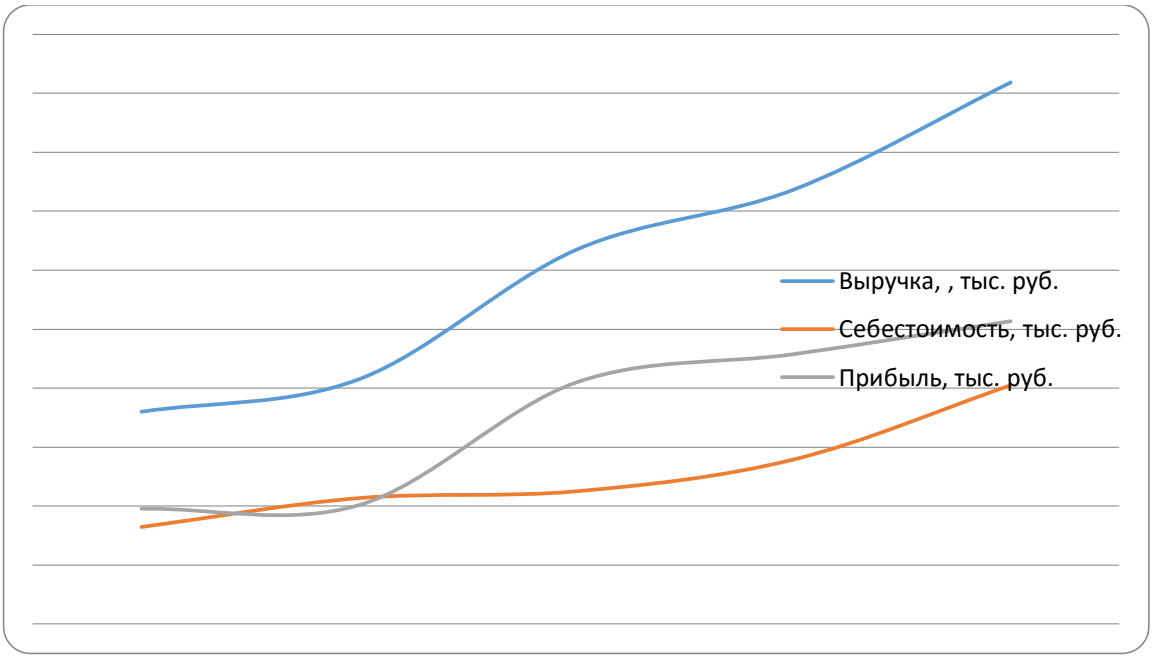


Рисунок 2.3 – Себестоимость и выручка ООП за 2009–2014 гг.

Предположим, что в результате реализации мероприятий по управлению результативностью ООП с применением информационных технологий удалось снизить себестоимость за счет контроля и анализа блюд на 5 %, увеличить выручку за дополнительного привлечения клиентов на 5%, тогда синхронизированный рост выручки и снижение себестоимости даст синергетический эффект влияния двух факторов одновременно на рост прибыли (2) и связанных с ней показателями рентабельности (1) даст рост прибыли в среднем на 12,70 % г., в стоимостном выражении – в среднем 870 тыс. руб. за год, то есть информационные технологии окупятся за срок менее года. Следовательно, IT- технологии позволяют решить такие вопросы повышения результативности, как увеличение прибыли (что обеспечивает рост рентабельности), снижение издержек (за счет системы управления).

В результате исследований выявлены резервы и направления улучшения управления результативностью коммерческих организаций.

Использованные источники:

1. Курочкин В.Н. и др. Теоретические аспекты сервисной деятельности: информационные и коммуникационные технологии, образовательные услуги: монография / В.Н. Курочкин, А.В. Щербина, Л.П. Грищенко. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 196 с.
2. Курочкин В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования / В.Н. Курочкин. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 468 с.
3. Курочкин В.Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014. – 170 с.
4. Курочкин В.Н. Анализ и оценка финансового положения коммерческой организации по данным бухгалтерской отчетности / В.Н. Курочкин. – Экономика и социум. – 2014. – № 2– 5 (11). С. 1262– 1273.
5. Курочкин В.Н. Анализ и оценка ликвидности бухгалтерского баланса коммерческой организации / В.Н. Курочкин. – Экономика и социум. – 2015. – № 4– 3 (13). С. 744– 750.
6. Курочкин В.Н., Филимонова Е.В.Совершенствование методики анализа и оценки финансового положения коммерческой организации. – Экономика и социум. – 2014. – № 4– 6 (13). С. 824– 834.
7. Курочкин В.Н. и др. Анализ результативности хозяйственной деятельности торговой фирмы / В.Н. Курочкин, И.В. Украинцева, Т.В. Пономаренко. – Экономика и социум. – 2014. – № 4– 6 (13). С. 834– 844.
8. Волохов Н. Н. и др. К методике анализа финансового состояния коммерческой организации / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев.– Экономика и социум. – 2015. – № 3 (16) – С. 384-391.
9. Курочкин В.Н. и др. Анализ финансового состояния сервисной фирмы / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев. – Экономика и социум. – 2015. – № 4 (17) – С. 502-512.
10. Информационные технологии в управлении сельскохозяйственными

коммерческими организациями / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев. – В сб. материал. межд. науч. конф. "Информационные технологии в управлении сельскохозяйственными коммерческими организациями". – Москва: Институт Управления, 2015. – С. 74-77.
11. Курочкин В.Н. и др. Факторный анализ прибыли коммерческой организации сервиса/ В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев. – Экономика и социум.. – 2015. – № 4 (17). – С. 986-993.
12. Курочкин В.Н. Управление показателями рентабельности коммерческой организации. – Экономика и социум. – 2013. – №4. – С. 443-450.
13. Курочкин В.Н. Управление финансовой устойчивостью коммерческой организации / В.Н. Курочкин, А.М . Роот. – Экономика и социум. – 2013. – № 3 (9). – С. 434-443.

Курочкин В.Н., д.т.н.
старший научный сотрудник, профессор
кафедра экономики и управления в образовании
Шарифов А.М.
студент 4 курса
Высшая школа бизнеса
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА БАЗЕ IT-ТЕХНОЛОГИЙ

Ключевые слова: управление, финансы, экономический анализ, прибыль, технический сервис, информационные технологии.

Аннотация

С целью выявление проблем управления формированием прибыли предприятия и поиска путей их решения [2, с. 132] выдвинута и обоснована гипотеза о возможности использования с этой целью информационных технологий. Исследованы закономерности применения информационных технологий и функционирования финансового механизма коммерческой организации транспортного сервиса и рассмотрены возможности управления формированием прибыли коммерческой организации, сферой действия которого является производство и реализация сервисных услуг в отрасли транспорта. Предлагается для целей совершенствования формирования прибыли осуществить мероприятия по реализации IT-технологий.

Управление формированием прибыли предприятия – коммерческой организации – невозможно без финансового анализа, который является отправной точкой управленческого процесса [1, с. 8] Цели анализа можно достигнуть посредством определения определенного числа ключевых параметров, дающих объективную и точную картину получаемых прибылей (убытков), изменений в составе активов и пассивов в расчетах с дебиторами и кредиторами, и позволяющими обоснованно принимать финансовые

управленческие решения [1, с. 372].

Так как основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, максимизация прибыли является первостепенной задачей менеджеров коммерческой организации: использование факторов производства характеризуется тем, насколько она способна обеспечивать формирование формирования прибыли на требуемом уровне. Это требует систематического анализа факторов, влияющих на финансовые результаты деятельности фирмы.

Цель работы – выявление проблем управления формированием прибыли предприятия и поиск путей их улучшения. Выдвинута гипотеза о возможности использования с этой целью информационных технологий.

Объектом управления является формирование финансовых результатов коммерческой организации, сферой действия которого является производство и реализация сервисных услуг в отрасли транспорта.

Предмет управления – закономерности применения информационных технологий и функционирования финансового механизма организации транспортного сервиса. Рассмотрев работы данного направления, установили сущность управления финансовыми результатами коммерческой организации, задачи анализа и источники информации: современное финансовое управление охватывает круг вопросов, которые выходят за рамки традиционной оценки финансового состояния, проводимой на основании данных бухгалтерской отчетности [3, с. 774, 5, с. 830, 6, с. 840].

Проведенный анализ основных экономических показателей типичной коммерческой организации в сфере технического сервиса свидетельствует о наличии негативной тенденции роста дебиторской задолженности и себестоимости услуг, что ухудшает финансовое положение и подтверждает гипотезу о необходимости совершенствования управления формированием прибыли.

Например, если в результате анализа установлено, что финансовая устойчивость организации находится на должном уровне и её необходимо сохранять в период кризиса одновременно с принятием мер по совершенствованию формированию прибыли, увеличению или, на крайний случай, сохранению [4, с. 749]. Резерв совершенствования финансового управления формированием прибыли предприятия составляет восстановление сократившихся за исследуемый период активов, оптимизация величины величина чистых активов с одновременным применением финансового рычага, превышает значение уставного капитала [7, с. 390, 8, 510]. Для оптимизации можно предложить для финансово состоятельных коммерческих организаций технического сервиса наращивать активную (числитель) долю коэффициента ликвидности баланса (например, за счёт денежных поступлений или краткосрочных финансовых вложений) и одновременно увеличивать пассивную часть (знаменатель), например за счёт займов и кредитов. Управление формированием прибыли предприятия требует проведения глубокого анализа финансового состояния организации,

позволяющего дать более точную оценку создавшейся ситуации с помощью различных информационных методик [9, с. 77], реализованных в программах: AuditXP Professional, обработка для программы 1С-Предприятие 8.2 и др. В программах реализован алгоритм расчета финансовых показателей. Предприятия технического сервиса для целей совершенствования формирования прибыли могут осуществить мероприятия по приобретению, отладке и реализации информационной технологии.

Использованные источники:

1. Курочкин В.Н. Финансовый менеджмент в отрасли образования / В.Н. Курочкин. – М.–Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 468 с.
2. Курочкин В.Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2014. – 170 с.
3. Курочкин В.Н. Анализ и оценка финансового положения коммерческой организации по данным бухгалтерской отчетности / В.Н. Курочкин. – Экономика и социум. 2014. № 2–5 (11). С. 1262–1273.
4. Курочкин В.Н. Анализ и оценка ликвидности бухгалтерского баланса коммерческой организации / В.Н. Курочкин. – Экономика и социум. 2014. № 4–3 (13). С. 744–750.
5. Курочкин В.Н., Филимонова Е.В.Совершенствование методики анализа и оценки финансового положения коммерческой организации. – Экономика и социум. 2014. № 4–6 (13). С. 824–834.
6. Курочкин В.Н. и др. Анализ результативности хозяйственной деятельности торговой фирмы / В.Н. Курочкин, И.В. Украинцева, Т.В. Пономаренко. – Экономика и социум. 2014. № 4–6 (13). С. 834–844.
7. Волохов Н. Н. и др. К методике анализа финансового состояния коммерческой организации / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев.– Экономика и социум. – 2015. – № 3 (16). С. 384-391.
8. Курочкин В.Н. и др. Анализ финансового состояния сервисной фирмы / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев. – Экономика и социум. – 2015. – № 4 (17). С. 502-512.
9. Информационные технологии в управлении сельскохозяйственными коммерческими организациями / В.Н. Курочкин, Н.Н. Волохов и Е.В. Мохирев. – В сб. материал. межд. науч. конф. "Информационные технологии в управлении сельскохозяйственными коммерческими организациями". – Москва: Институт Управления, 2015. – С. 74-77.

Новгородова Л.Ф.
студент
Педагогический Институт
Россия, г. Якутск

ПРИМЕНЕНИЕ ИКТ В ОБРАЗОВАНИИ

Преимущества использования ИКТ в образовании перед традиционным обучением.

Как раскрывает Е.И. Машбиц к набору существенных преимуществ

использования компьютера в обучении перед традиционными занятиями относит следующее:

1. информационные технологии значительно расширяют возможности предъявления учебной информации. Применение цвета, графики, звука, всех современных средств видеотехники позволяет воссоздавать реальную обстановку деятельности.

2. компьютер позволяет существенно повысить мотивацию студентов к обучению. Мотивация повышается за счет применения адекватного поощрения правильных решений задач.

3. ИКТ вовлекают учащихся в учебный процесс, способствуя наиболее широкому раскрытию их способностей, активизации умственной деятельности.

4. использование ИКТ в учебном процессе увеличивает возможности постановки учебных задач и управления процессом их решения. Компьютеры позволяют строить и анализировать модели различных предметов, ситуаций, явлений.

5. ИКТ позволяют качественно изменять контроль деятельности учащихся, обеспечивая при этом гибкость управления учебным процессом.

6. Компьютер способствует формированию у учащихся рефлексии. Обучающая программа дает возможность обучающимся наглядно представить результат своих действий, определить этап в решении задачи, на котором сделана ошибка, и исправить ее. [1]

Под программированным обучением понимается управляемое усвоение учебного материала с помощью обучающего устройства (ЭВМ, программированный учебник, кинотренажер и др.). Программированный учебный материал представляет собой серию сравнительно небольших порций учебной информации (кадров, файлов, шагов), подаваемых в определенной логической последовательности.

Работы Скиннера, Краудера и других педагогов-исследователей дали толчок развитию трех различных видов обучающих программ (ОП): линейных, разветвленные и адаптивных, с помощью которых и строится процесс программированного обучения в современной школе.

Линейная ОП — это обучающая программа, в которой весь учебный материал разбивается на последовательность смысловых единиц ("порций"), логически охватывающих весь предмет. Разветвленная ОП отличается от линейной тем, что обучаемому в случае неправильного ответа при выполнении контрольных заданий может предоставляться дополнительная информация, которая позволит ему выполнить контрольное задание.

Построение адаптивной ОП основано на гипотезе, что некоторое количество ошибок необходимо для успешного обучения, т.е. если учащийся все делает без ошибок, то эффект обучения будет меньше. Количество допущенных ошибок используется следующим образом;

а) если процент ошибок падает ниже определенного уровня, то степень трудности обучения автоматически повышается;

6) при возрастании процента ошибок выше определенного уровня степень трудности автоматически понижается.

Важнейшие задачи информатизации образования

1) повышение качества подготовки специалистов на основе использования в учебном процессе современных информационных технологий;

2) применение активных методов обучения, повышение творческой и интеллектуальной составляющих учебной деятельности;

3) интеграция различных видов образовательной деятельности (учебной, исследовательской и т.д.);

4) адаптация информационных технологий обучения к индивидуальным особенностям обучаемого;

5) разработка новых информационных технологий обучения, способствующих активизации познавательной деятельности обучаемого и повышению мотивации на освоение средств и методов информатики для эффективного применения в профессиональной деятельности;

6) обеспечение непрерывности и преемственности в обучении;

7) разработка информационных технологий дистанционного обучения;

8) совершенствование программно-методического обеспечения учебного процесса;

9) внедрение информационных технологий обучения в процесс специальной профессиональной подготовки специалистов различного профиля. [2]

Таким образом, я думаю, что информационные технологии большой прорыв к новым возможностям. Нашему новому поколению хочется воспользоваться, развить, производить всей этой технологией. Этот эффективный способ может хорошо повлиять нашей будущей образовательной системе.

Использованные источники:

1. Информатика. Базовый курс/Симонович С.В. и др. – СПб: Издательство ”Питер”, 2000.-640 с.

2. Кушнер Ю.З. Методология и методы педагогических исследований: Учебно-методическое пособие. – Могилёв: МГУ им А.А. Кулешова, 2001. – 112 с.

Олимова З.Г.
студент 4 курса
специальность «Финансы и кредит»
Никулин А.Н., к.ф.-м.н.
доцент
кафедра «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет»
Россия, г. Ульяновск

ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ

Статья посвящена финансовым отношениям в компьютерных играх. Проводится анализ игр различных видов и жанров, рассматриваются различные финансовый отношения внутри игры.

Ключевые слова: компьютерные игры, финансовые отношения, купля – продажа, аукционы, деньги.

Компьютерные игры занимают в нашей жизни одну из ключевых позиций, это своего рода отдельный мир со своими законами, правами, обязательствами и финансовыми отношениями. В данной статье мы проведем исследования в области финансов в играх, посмотрим, чем они схожи, и чем отличаются в различных играх.

Компьютерные игры делятся на офлайн и онлайн. Игры так же делятся по жанрам, могут быть: шутер, стратегия, RPG (ролевая компьютерная игра), MMO (массовая – многопользовательская онлайн игра)

Финансовые отношения онлайн и офлайн игр различаются. Рассмотрим такие оффлайн игры как: «S.T.A.L.K.E.R.: Чистое Небо» (**RPG**); «Зомби против растений 2» (стратегия). Почти во всех офлайн играх одна денежная единица.

«S.T.A.L.K.E.R.: Чистое Небо» жанр игры **RPG** – сюжет этой игры заключается в том, что в Чернобыле появились аномальные зоны, а сталкеры и наемники должны добыть артефакты и провести зачистку территории, после выполнения задания они получают вознаграждения виде несколька тысяч рублей. Зона своим образом поделена на несколько локаций, и если не хватает вооружения то можно забрать трофеи, полученные в результате перестрелки с другими группами. Свой заработок главный герой может потратить в лавке, которая имеется в каждой локации, на обмундирование, приобретения аптечек, покупку оружия и патроны. Там же он может продать не нужные ему вещи.

«Зомби против растений 2», деньгами являются серебряные монеты. В отличие от сталкера, без денег можно продолжать играть, они необходимы только для способностей, которые помогут облегчить прохождения уровня. Заработать их можно при помощи прохождения уровня и в результате выращивания «денежных ромашек». Здесь нет магазинов, в которых можно потратить деньги.

Наиболее интересно рассматривать финансовые отношения в онлайн играх. В этих играх можно наблюдать такую денежную систему, как система «хромающей» валюты, т.е. существуют две денежные единицы, значимость одной из которых выше другой.

Рассмотрим в сравнение три онлайн игры: «Dota», «World of Tanks», «Counter-Strike», все три игры относятся к жанру MMO. Несмотря на то, что денежная единица у каждой из игры имеет отличительное название, но происходящие в ней финансовые процессы одинаковые. В начале игры у каждого аккуанта имеются минимальные денежные ресурсы, которые необходимы для начала игры, далее денежные средства зарабатываются в результате проведенных боев – «World of Tanks», при убийстве врагов, спасения заложников - «Counter-Strike», и выполнения требования игры – «Dota». Заработанные деньги ты тратишь на «прокачку» аккуанта. «World of Tanks» отличается от 2-х других игр тем, что там можно продать улучшенный танк, т.е. в данный игры наблюдается процесс – купли-продажи.

К внешним финансовым отношениям можно отнести то, что мы обмениваем реальные деньги, которые вносим на счет аккуанта, на золото, благодаря которым мы можем купить особые услуги или товар.

Финансовые отношения в игре «World of Warcraft» можно поставить в отдельную категорию. В категории многопользовательских ролевых онлайн игр доминирующую позицию занимает один продукт – «World of Warcraft» (WoW), выпущенный компанией «Blizzard». Финансовые отношения внутри игры, почти не чем не отличаются от аналогичных игр, за исключением того момента, что пре наличие навыка профессии ты можешь сам шить одежду, изготавливать оружие, а также продавать её другим игрокам, т.е. можно наблюдать своего рода процесс производства товара. Игрок покупает ингредиенты (сырье), производит продукции и продает ее выше себестоимости изготовленной продукции. В игре также можно наблюдать спекулятивные финансовые отношения, когда на аукционе покупаешь вещь по более низкой цене, а продаешь по более высокой, как и в реальной жизни, такой товар облагается налогом. Продавать товар можно и из рук в руки, соответственно нет никаких переплат.

Особенностью внешних финансовых отношений данной игры, заключается в том, что помимо обмена реальных денег на золотые монеты. Необходимо также вносить ежемесячную плату.

Финансовые отношения в играх, очень похожи с финансовыми отношениями, которые происходят в реальной жизни, но есть в них, что - то свое.

Использованные источники:

1. Официальный сайт World of Tanks [электронный ресурс] - http://worldoftanks.ru (дата последнего обращения 14.12.15)
2. Официальный сайт World of Warcraft [электронный ресурс] - http://eu.battle.net/wow/ru (дата последнего обращения 14.12.15)

3. Официальный сайт Dota [электронный ресурс] - http://ru.dota2.com (дата последнего обращения 14.12.15)

Петяркина В.Н.
преподаватель отделения СПО
ФГБОУ ВПО «МГУ имени Н.П. Огарева»
Ковылкинский филиал
Россия, г. Ковылкино

ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОБРАБОТКЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

Данная статья посвящена целесообразности применения современных информационных технологий на производстве для обработки статистических данных. Приведен перечень наиболее популярных программных продуктов, описаны их основные достоинства и недостатки.

Ключевые слова: информационные технологии, обработка статистических данных, программные средства.

В настоящее время в условиях рыночных отношений любому специалисту, работающему на каком-либо производстве, постоянно приходится работать с большими объемами информации. Ему необходимо изучать вопросы, которые связаны с организацией процесса производства, различными маркетинговыми исследованиями, а также решать проблемы увеличения эффективности деятельности персонала и повышения конкурентоспособности предприятия. Для принятия верных решений и совершения результативных действий необходима качественная исходная информация и правильное использование всех данных.

В основном, все принятые решения носят интуитивный характер, и иногда случается так, что решения логически верны, но они не приводят к ожидаемому эффекту. Поэтому, чем точнее и надежнее будут результаты анализа, тем быстрее будет достигнут нужный результат. Эффективные решения отталкиваются от достоверной, надежной, обоснованной, актуальной информации, а не основываются только на интуиции или рассуждениях. Ввиду всего этого, особенно важным является тождественность используемых аналитических методов, достоверность получения и измерения данных.

Широкое распространение и внедрение методов анализа статистических данных в повседневную практику обусловлено распространением информационных технологий. Вместе с тем, для продуктивной работы пользователя, работающего с данными технологиями, необходимо обладать определенными навыками: понимать необходимость применения различных статистических методов в зависимости от ситуации, знать все возможности и недостатки методов, уметь четко трактовать результаты.

Весь процесс обработки и анализа статистических данных состоит из пяти последовательных процессов работы с данными:

– сбор и ввод данных;
– систематизация и визуализация полученной информации;
– обработка и преобразование;
– статистический анализ;
– представление результатов. [1]

Современные программы для обработки статистических данных призваны автоматизировать названные выше этапы, тем самым облегчая человеку его работу и уменьшая вероятность появления ошибки при сложных расчетах.

Программные средства обработки статистических данных принято разделять на три основных вида:

– профессиональные, имеющие большое количество методов статистического анализа;
– полупрофессиональные, имеющие большое количество статистических функций;
– специализированные, ориентированные на какую-либо определенную область анализа данных.

Ниже приведены основные программные продукты, пригодные для обработки статистических данных, которые присутствуют на современном рынке и пользуются большой популярностью [2]:

1. **MS Excel**. Самый используемый и доступный на данный момент приложение из пакета программ для офиса компании Microsoft. MS Excel – это табличный редактор с различными математическими возможностями, в котором некоторые функции статистики являются лишь дополнительными встроенными формулами. Данное приложение является полупрофессиональным и замечательно подходит для сбора и промежуточного преобразования данных, предварительных статистических расчетов и для построения определенных диаграмм.
2. **STADIA**. Данная программа разработана российскими специалистами. Она включает в себя все необходимые статистические функции. Однако программа внешне практически не изменяется с 1996 года, что является крупным недостатком. К достоинству программы можно отнести русскоязычный интерфейс пользователя.
3. **SPSS**. Наиболее часто используемый профессиональный пакет статистической обработки данных с более чем 30-тилетней историей. Применим для всех видов статистических расчетов. Существует русскоязычная версия SPSS 12.0.2.
4. **STATISTICA**. Данное приложение выпускается с 1985 года. STATISTICA содержит в своем арсенале фактически все методы обработки статистических данных, объединенных специализированными статистическими модулями. Использование этого приложения дает высокую точность и надежность результатов обработки данных.
5. **JMR**. Является одним из мировых лидеров в анализе статистической информации. Развивает этот статистический пакет компания

SAS Institute, которая выкупила в 2002 году известную программу StatView.

6. **SYSTAT** Статистическая программное средство для персональных компьютеров Последняя версия обладает достаточно хорошим интуитивно понятным интерфейсом. Производитель SystatSoftware также разрабатывает популярные у российских исследователей взаимодополняющие друг друга программы SigmaStat и SigmaPlot, которые занимаются статистической обработкой данных и построением диаграмм соответственно

7. **NCSS**. Программа разработана в 1981 году и рассчитана на новичков в области статистической обработки данных. Интерфейс программы многооконный и непривычен в использовании. К достоинству можно отнести то, что действия оператора сопровождаются подсказками.

8. **MINITAB 14**. Данный программный пакет довольно удобен в работе. Он имеет понятный интерфейс пользователя и хорошие возможности по визуализации результатов работы.

9. **STATGRAPHICS PLUS**. Представляет собой мощную и гибкую статистическую программу. Она содержит в себе около 250 функций статистики, создает понятные и настраиваемые отчеты.

10. **ForecastPRO**. Данный инструмент является специализированной статистической программой, созданной специально для экономических целей. Использование данной программы позволяет провести достаточно сложные расчеты и сделать точные прогнозы, которые легко визуализируются с помощью различных диаграмм для лучшего понимания результатов.

В заключении можно сделать вывод, что независимо от области рассмотрения, применение информационных технологий, в частности программных средств обработки статистических данных, является вполне целесообразной. Они усиливают уровень надежности и точности данных, используемые для принятия правильных решений и дальнейших действий.

Использованные источники:

1. Единый Центр Дистанционного Образования АКЕСО [электронный ресурс]
URL: http://info-tehnologii.ru/vid_inf/obr_dan/index.html
2. ВАК Беларуси. [электронный ресурс] URL: http://www.vak.org.by/index.php?go=Pages&in=view&id=54

Полтева Т.В.
старший преподаватель
кафедра «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет
Россия, г. Тольятти

ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ

В статье рассматриваются основы функционирования современных автоматизированных банковских систем, цели их применения. Выделены основные требования к построению автоматизированных банковских систем, изучена их инфраструктура.

Ключевые слова: автоматизированная банковская система, автоматизация, банк

Polteva T.V., assistant professor of the chair «Finance and Credit»
Togliatti State University,
Russia, Togliatti

BASES OF FUNCTIONING of automated banking systems

The article covers the basics of functioning of modern banking systems, the purpose of their application. Basic requirements for the construction of automated banking systems are identified, their infrastructure is studied.

Key words: automated banking system, automation, bank

Каждый день сотни тысяч людей посещают банки, снимают и кладут деньги на карту, открывают вклады и получают проценты, берут кредиты. В день банк осуществляет в день миллионы транзакций – по начислению процентов, оплате комиссий, переводов в другой банк.

Для значимой и высококачественной переработки все растущих размеров поступающей в банки информации сегодня требуется использование все более безупречных технических и программных средств. Ключевой элемент работы банка – автоматизированная банковская система. Без нее работа банка будет просто невозможна.

В данной статье раскроем это понятие более подробно. Автоматизированная банковская система представляет собой совокупность средств, исполняющих в банке операции с взносами, кредитами и платежами. То есть это комплекс программного и технического обеспечения, который автоматизирует банковскую деятельность.

От грамотного построения сетевой структуры автоматизированной банковской системы зависит как эффективность, так и надежность функционирования этой системы. Следует также отметить, что затраты банка на модернизацию и использование современных автоматизированных банковских систем должны быть сопоставимы с той пользой, которую принесёт эта автоматизация.

Автоматизация банковской деятельности в России начала

складываться и развиваться в начале девяностых годов, когда стали создаваться коммерческие банки. В результате совершенствования процесса автоматизации на рынке увеличилось предложение различных банковских систем.

Рассмотрим, в чём могут заключаться цели применения автоматизированных банковских систем. Это уменьшение времени на проведение операций и оформление документов, повышение пропускной возможности банка. Это уменьшение количества персонала, занимающегося малоквалифицированной обыденной работой. Это увеличение квалификации банковского персонала. Это интегрирование в единичные банковские системы. Это возможность избежать мошеннических схем и искажения финансового положения банка.

В настоящее время существует достаточно большое количество автоматизированных банковских систем, которые позволяют учесть потребности отдельной коммерческой организации. Среди современных автоматизированных банковских систем можно выделить Интегрированные банковские системы «Центавр Омега», «Гефест», «Новая Афина», продукты «Diasoft» (системы «Diasoft FA», «FLEXTERA»). Из зарубежных - Midas, Midas Plus, Equation. Temenos T24. Finacle, «Fidelity», «FIS Profile» и многие другие. Часто автоматизированные банковские системы разрабатываются под потребности отдельного потребителя с дальнейшим сопровождением.

Сегодня к современным автоматизированным банковским системам предъявляются строгие требования как со стороны банков-клиентов, так и со стороны контролирующих органов. Производители автоматизированных систем вынуждены оперативно подстраиваться под изменяющиеся к ведению банковского бизнеса требования.

При формировании требований к автоматизированным системам следует учитывать потребности банка. Несмотря на различия и индивидуальность автоматизированных банковских систем, все они должны соответствовать определённым требованиям.

Основные требования, предъявляемые к современным автоматизированным системам банка, можно разделить на четыре части: 1. основные требования; 2. системотехнические требования (как к программному средству); 3. специальные требования (отражают специфику деятельности банка); 4. показатели качества (характеризуют процесс разработки автоматизированных банковских систем).

К общим требованиям к автоматизированным банковским системам можно отнести такие, как функциональная полнота, информационная интеграция, открытость, достоверность информации, надёжность, комплексность, масштабируемость, разные режимы работы, единое информационное пространство, консолидация, наличие развитой системы документооборота.

Для банков главный смысл автоматизации заключается в том, чтобы связать воедино все сферы своей деятельности посредством внедрения

единой интегрированной автоматизированной системы, которая поддерживает сквозную технологию работы.

Так, следует различать четыре основные группы пользователей, а именно: сотрудники IT-подразделений, или автоматизаторы; сотрудники бизнес-подразделений; сотрудники учетно-аналитических подразделений; высшее руководство банка. Каждая из этих групп имеет собственные представления о назначении автоматизации и свой набор требований.

Прежде, чем формировать требования к какой-либо автоматизированной банковской системе, следует определить, кто именно использует данную систему, кто извлекает от нее пользу, какая информация должна извлекаться из системы.

Учитывая тот факт, что пользователями системы будут не специалисты в сфере информационных технологий, первым требованием выступает защита информации от некорректных действий оператора. Хранимая в банковских системах информация является для банка реальными деньгами, поэтому банковская электронная система должна быть качественно защищена от сбоев и от действия злоумышленников.

Создание или выбор автоматизированной банковской системы тесно взаимосвязаны с планированием инфраструктуры информационной технологии банка. Под инфраструктурой автоматизированной банковской системы понимается совокупность, соотношение и наполнение определённых составляющих процесса автоматизации технологий банка. Здесь выделяют обеспечивающие и функциональные подсистемы.

К обеспечивающим подсистемам относят, например, информационное обеспечение, техническое оснащение, системы связи и коммуникаций, программные средства, системы безопасности и так далее. Функциональные подсистемы реализуют банковские услуги, бизнес-процессы и те комплексы задач, которые отражают содержательную или предметную направленность именно банковской деятельности.

Один из концептуальных подходов к созданию автоматизированных банковских систем предусматривает разделение функциональных возможностей системы на три уровня. Верхний уровень, «front-office», образуют модули, обеспечивающие быстрый и удобный ввод информации, ее первичную обработку и взаимодействие банка с клиентами, другими банками, Центральным банком и не только. То есть это подсистема, которая обеспечивает взаимодействие банка с внешним миром. Средний уровень, «back-office», представляет собой приложения по разным направлениям внутрибанковской деятельности и внутренним расчетам. Это работа с кредитами, депозитами, ценными бумагами, пластиковыми карточками. Данная подсистема обеспечивает общебанковскую и общехозяйственную деятельность. Нижний уровень, «accounting» — это базовые функции бухгалтерского учета или бухгалтерское ядро. Именно здесь сосредоточены модули, обеспечивающие ведение бухгалтерского учета, то есть своевременное и корректное отражение деятельности банка в рамках

существующих процедур бухгалтерского учёта. В самостоятельную группу – «Analysis» – выделены операции, реализующие анализ текущего состояния банка, планирование и внутренний аудит банка.

Таким образом, мы познакомились с основами функционирования и ключевыми характеристиками автоматизированных банковских систем.

Использованные источники:

1. http://www.absonline.ru/

Самадова А.К., к.э.н.
доцент
Шарафутдинов А.Г.
Башкирский государственный аграрный университет
Россия, г. Уфа

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЕЙ

Samadova A.K.
P.H.D in economy Sarafutdinov.A.G
Bashkir State Agrarian University
Ufa, Russia

PROSPECTS OF COMPUTER NETWORKS

Сегодня порядка 50 миллионов персональных компьютеров в мире взаимодействуют друг с другом через компьютерные сети общего пользования. Всего крупных территориальных сетей в мире порядка 300, но гораздо более половины пользователей охватывает одна Internet.

С появлением компьютерных сетей удалось разрешить две очень важные проблемы: обеспечение в принципе неограниченного доступа к ЭВМ пользователей независимо от их территориального расположения и возможность оперативного перемещения больших массивов информации на любые расстояния, позволяющая своевременно получать данные для принятия тех иных решений [1].

Высокие темпы совершенствования и развития телекоммуникационных вычислительных сетей обусловлены их важной ролью в решении задач информатизации общества, в обеспечении перехода от индустриального общества к информационному компьютерные сети аккумулируют все лучшее, что создано в области вычислительной техники и информатики, информационных технологий, средств и систем передан данных. Для разработчиков открыты широкие возможности по развитию как сетей в целом. Так отдельных их систем, звеньев, улов.

Можно выделить следующие направления и пути совершенствования развития компьютерных сетей:

1. развитие топологии сетей, направленное на обеспечение одновременного обслуживания запросов от большего количества абонентских систем и увеличение оперативности и надежности доставки пакетов адресатам за счет создания альтернативных маршрутов

2. развитие технических средств передачи и обработки информации в

сетях модемов, мостов, шлюзов, коммутаторов, маршрутизаторов, технического оснащения центров коммутации цепей, сообщений, пакетов, ЭВМ различного класса и назначения;

3. развитие и совершенствование программного обеспечения сетей. Расширение перечня предоставляемых ин формационно-вычисли тельных услуг повышение их интеллектуального уровня за счет широкого использования интеллектуальных систем и баз знаний, дальнейшее развитие сетевых технологий,

4. интенсивный переход на цифровые сети связи, обеспечивающие по сравнению с аналоговыми сетями более высокую надежность передачи сигналов любого вида,

5. существенное увеличение доли спутниковых сетей связи в общем объеме циркулирующей в сетях информации, что обусловлено решающими преимуществами спутниковых сетей,

6. повышение надежности компьютерных сетей, совершенствование и развитие методов и средств обеспечения высоких показателей по всем аспектам проблемы надежности компьютерных сетей техническому, программному, информационному функциональному

7. развитие методов и средств обеспечения более высокого уровня безопасности информации, циркулирующей в сетях, повышение эффективности служб безопасности и механизмов реализации их функций;

8. создание и непрерывное совершенствование глобальной интеллектуальной сети, объединяющей сети всех государств [4].

Тенденции развития локальных сетей намечаются уже сегодня. Заметно упрощаются методы настройки, администрирования и использования локальных сетей. Дальнейшие перспективы эволюции локальных сетей, видимо, вполне предсказуемы. Уже в ближайшем будущем заметно возрастет скорость передачи данных, будут разработаны новые алгоритмы коррекции ошибок, аутентификации пользователей и шифрования, что должно увеличить надежность соединений, получат более широкое развитие технологии беспроводной связи и локальные сети, построенные на основе оптического волокна[3]. Развитие региональных и глобальных сетей напрямую связаны с появлением новых технологии, призванных обеспечить создание компьютерных сетей масштаба предприятия, корпоративных, региональных и глобальных сетей данных, связывающих множество локальных сетей передачи Еще недавно, среди ожидаемых революционных изменений техники телекоммуникаций было увеличение скорости передачи по волоконно-оптическим каналам сетей АТМ до 1000 гигабитов в секунду (1 Тбит/с) за счет частотного уплотнения (мультиплексирования с разделением каналов по шинами волн сигналов в оптическом диапазоне

Но, уже в 2009 г лаборатории Белла посредством мультиплексирования 155 каналов по 100 Гбит/с удалось передать сигнал со скоростью 15,5 Тбит/с на расстояние 7000 километров [2].

Развитие беспроводных технологий также является одним из перспективнейших направлений. Увеличение пропускной способности беспроводных технологий, в частности Wi-Fi, будет за счет перехода на полнодуплексную связь, что дает возможность увеличить пропускную способность вдвое без выделения дополнительных частот: одна и та же частота будет использоваться одновременно для приема и передачи. То есть становится возможной одновременная отправка и получение информации, что теоретически позволит повысить пропускную способность канала связи в два раза.

Говоря о перспективах развития компьютерных сетей, следует упомянуть, конечно же, Internet. За два десятилетия своего существования сеть Internet претерпела кардинальные изменения. И не следует думать, что все изменения Internet остались позади.

В течение следующих 15 лет Интернет будет развиваться по одному из четырех возможных сценариев, однако только один из них является позитивным.

В рамках отчета The Evolving Internet специалисты Cisco и Monitor Group подготовили четыре возможных сценария, по которым пойдет развитие Интернета. Согласно одному из них, глобальная сеть продолжит развиваться по траектории быстрой экспансии. Три других сценария затрагивают различные риски и проблемы, с которыми предстоит столкнуться лидерам интернет-рынка, властям различных государств и простым пользователям.

Согласно первому сценарию, границы Интернета будут размыты. В этом случае через 15 лет пользователи по всему миру смогут выходить в Сеть с большого количества доступных устройств, а Интернет станет центром для оказания услуг.

По второму сценарию Всемирная сеть может стать небезопасной из-за возрастающего числа кибератак. Предполагается также, что у Интернета могут появиться безопасные аналоги, доступ к которым будет недешевым.

Третий вариант предполагает, что из-за нестабильной экономической ситуации в ряде стран скорость распространения Интернета будет снижаться.

Согласно последнему сценарию, популярность Интернета станет настолько огромной, что Сеть не сможет справиться с потоком информации ввиду существующих технических ограничений.

Помимо этого, эксперты отметили пять основных тенденций, которые будут оказывать самое непосредственное влияние на происходящее с Сетью. Наибольший рост интернет-рынка будет происходить за пределами стран с высоким доходом и продвинутой экономикой, глобальное управление Интернетом останется на нынешнем уровне и не претерпит заметных изменений, «цифровое поколение», знакомое с Сетью с рождения будет относиться к Интернету совсем не так, как их родители, QWERTY клавиатура перестанет служить основным связующим звеном человека с

Интернетом, а потребители будут платить за подключение к Сети гораздо более разнообразными способами.

Для будущего Internet важнее всего не то, как будут изменяться технологии, а то, как будет управляться сам процесс изменения и развития. Архитектура Internet всегда определялась ядром, состоящим из ведущих проектировщиков, но с увеличением числа заинтересованных сторон форма ядра изменилась. Успех Internet расширил круг людей и организаций вложивших в сеть финансовые и интеллектуальные ресурсы, и именно ими определяются пути развития сети.

Использованные источники:

1. Асмаков С. Перспективные технологии: итоги и прогнозы. Компьютерпресс-2010.- № 1.
2. Будущее компьютерных сетей [Электронный ресурс-Режим доступа: www.compute-rs.com
3. Елисеев В. Локальные сети будущего и будущее локальных сетей Современная технология компьютерных сетей-2010
4. Карпов М. Будущее Интернета Журнал «Компьютера online-2011.
5. Лайтман М. Интернет и будущее Интернет газета «Единый мир» 2010.
6. СЕТЕВЫЕ ТОПОЛОГИИ «ШИНА» И «ЗВЕЗДА»: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ *Мошкина К.А., Шарафутдинов А.Г.* Экономика и социум. 2014. № 2-5 (11). С. 335-337.

Самсонов П.Г., к.п.н.
зав. кафедрой
Протодьяконова Г.Ю.
студент
Технологический институт
Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова
Россия, г. Якутск

СОЗДАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ СРЕДЫ РАЗРАБОТКИ DELPHI 10 SEATTLE

Embarcadero Delphi - ранее **Borland Delphi** и **CodeGear Delphi**, — интегрированная среда разработки ПО для Microsoft Windows, Mac OS, iOS и Android на языке Delphi (ранее носившем название Object Pascal), созданная первоначально фирмой Borland и на данный момент принадлежащая и разрабатываемая Embarcadero Technologies. Embarcadero Delphi является частью пакета Embarcadero RAD Studio и поставляется в пяти редакциях: Starter, Professional, Enterprise, Ultimate и Architect. Координирующий офис Embarcadero, ответственный за разработку Delphi, находится в Торонто, тогда как сама разработка сконцентрирована главным образом в России, Канаде и Испании. В России Embarcadero представлена двумя офисами — в Санкт-Петербурге (разработка) и в Москве (маркетинг).

Компания Embarcadero Technologies, поставщик программных

решений для разработки приложений и баз данных, объявила о выпуске Embarcadero RAD Studio 10 Seattle — новой версии платформы для быстрой разработки приложений для Windows 10, OSX, мобильных устройств и Интернета вещей (IoT). RAD Studio 10 Seattle поможет трехмиллионному сообществу разработчиков на C++ и Delphi, использующих продукты Embarcadero, быстро перенести существующие приложения и ИТ-инфраструктуру на Windows 10, Mac и мобильные платформы. RAD Studio 10 Seattle также повышает эффективность разработки программного обеспечения — благодаря улучшенной среде разработки (IDE), повышению производительности и качества кода на всех платформах, более чем 20 новым улучшениям для оптимизации разработки и возможности поддержки вдвое больших по размеру проектов.

RAD Studio 10 Seattle позволит разработчикам быстро создавать новые, интенсивно работающие с данными, распределенные и сильно взаимодействующие приложения с визуально привлекательным пользовательским интерфейсом для Windows 10, а также быстро и экономично переносить эти решения в OSX, на мобильные устройства и в Интернет вещей. Новые1 компоненты VCL и стили Windows 10, а также платформенные компоненты UWP (универсальной платформы Windows) позволяют быстро обновить VCL- и FMX-приложения до Windows 10. Удвоенный объем доступной памяти для крупных проектов, расширенная поддержка нескольких мониторов и улучшенный инспектор объектов повышают удобство разработки. С помощью RAD Studio 10 Seattle разработчики смогут в пять раз быстрее создавать приложения для настольных и мобильных систем, включая 32- и 64-разрядные версии Windows 10, для облачных платформ и баз данных.

В данной работе были исследованы различные методы создания программ в среде программирования Delphi. Проводя их сравнительный анализ, мы пришли к выводу, что среда программирования Delphi от разработчика Embarcadero Technologies является общедоступной, имеет простой и понятливый интерфейс, лёгкость в создании программных продуктов.

RAD Studio 10 Seattle позволит разработчикам быстро создавать новые, интенсивно работающие с данными, распределенные и сильно взаимодействующие приложения с визуально привлекательным пользовательским интерфейсом для Windows 10, а также быстро и экономично переносить эти решения в OS X, на мобильные устройства и в Интернет вещей. Новые компоненты VCL и стили Windows 10, а также платформенные компоненты UWP (универсальной платформы Windows) позволяют быстро обновить VCL- и FMX-приложения до Windows 10. Удвоенный объем доступной памяти для крупных проектов, расширенная поддержка нескольких мониторов и улучшенный инспектор объектов повышают удобство разработки. С помощью RAD Studio 10 Seattle

разработчики смогут в пять раз быстрее создавать приложения для настольных и мобильных систем, включая 32- и 64-разрядные версии Windows 10, для облачных платформ и баз данных.

Переработанная архитектура системы управления продуктами и сборками фактически удваивает доступный объем памяти, что позволило значительно повысить стабильность и производительность, особенно при управлении крупными проектами для нескольких платформ.

В ходе исследования нами выявлено, что программа Delphi 10 Seattle обладает преимуществом в создании программных продуктов. Данная программа в силу своих указанных достоинств, очень хорошо подходят к созданию программных продуктов.

Создаваемые нами панорамные интерактивные туры были спроектированы на основе Easypano Tourweaver Viewer от компаний Easypano.

Созданные нами программы можно использовать во всех направлениях компьютерных систем. Готовая программа может быть записана в формате EXE.

Экспериментальное испытание созданной нами программы показало, что с помощью программы Delphi 10 Seattle можно создать интересный программный продукт.

Санникова Т. С.
студент
Санникова Н. И., д.п.н.
научный руководитель, профессор
Югорский государственный университет
Россия, г. Ханты-Мансийск

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ВИРУСЫ

Компьютерные вирусы таинственны, они захватили наше внимание. С одной стороны, вирусы показывают нам, как мы уязвимы - правильно построенный вирус может удивительно повлиять на мировую сеть. С другой стороны, они показывают, как сложны и взаимосвязаны стали человеческие жизни. Например, сейчас наиболее обсуждаемы - червь MSBlaster и вирус SoBig. Вирус Мелисса, который стал глобальным явлением в марте 1999 года, был настолько мощным, что заставил Microsoft и ряд других очень крупных компаний, полностью отключить их системы электронной почты, пока вирус там находился. Вирус ILOVEYOU в 2000 году аналогично имел разрушительный эффект. Это очень впечатляет, если учесть, что вирусы Melissa и ILoveYou невероятно просты.

Наиболее распространенными типами инфекции являются: вирусы, черви, вирусы электронной почты и троянские кони.

Вирус представляет собой небольшую часть программного обеспечения, которая накладывается на реальные программы. Например, вирус может внедрить в себя такую программу, как программа электронных

таблиц. Каждый раз, когда программа работает с электронными таблицами, вирус тоже работает, он имеет возможность распространяться (путем присоединения к другим программам) или сеять хаос. Компьютерные вирусы называются так, потому что они разделяют некоторые черты биологических вирусов. Компьютерный вирус переходит от компьютера к компьютеру, как биологический вирус передается от человека к человеку.

Вирусы электронной почты - Вирус электронной почты перемещается в сообщениях электронной почты, и, как правило, размножается автоматически, рассылая себя десяткам людей в адресной книге электронной почты жертвы. Одним из последних в мире компьютерных вирусов является вирус электронной почты и вирус Мелисса. Мелисса распространялась в документах Microsoft Word, отправленных по электронной почте. Кто-то создает вирус в виде документа Word, загруженного на сайте интернет-новостей. Тот, кто скачает документ и откроет его вызовет вирус. Вирус затем отправит документ (самостоятельно) в сообщении электронной почты первым 50 людям в адресной книге человека. Сообщение электронной почты содержит дружественное обращение, содержащее имя человека, таким образом, получатель откроет документ, думая что это безвредно. Затем вирус отправит 50 новых сообщений из компьютера получателя. В результате, вирус Мелисса был самым быстрым по распространению. Он заставил ряд крупных компаний закрыть свои системы электронной почты.

Вирус ILOVEYOU, который появился на 4 мая 2000 года, был еще проще. Он содержал фрагмент кода в качестве вложения. Люди, которые дважды нажали на вложение, запустили код вируса. Копии кода отправлялись всем из адресной книги жертвы, а затем начиналось исправление файлов на компьютере жертвы.

Червь - это небольшая часть программного обеспечения, которая использует компьютерные сети и дыры в безопасности, чтобы копировать себя. Копия червя сканирует сеть на другом компьютере, который имеет специфическую дыру в безопасности. Он копирует себя в новом компьютере, используя дыры в безопасности, а затем начинает такое же копирование оттуда. Черви обычно передвигаются и заражают другие компьютеры через компьютерные сети. Используя сети, червь может распространяться невероятно быстро. Например, червь Code Red (Код Красный) копировал себя более 250000 раз примерно за девять часов 19 июля 2001 года. Червь использует, как правило, какую-либо дыру в безопасности в части программного обеспечения или операционной системы.

Троянский конь - простая компьютерная программа. Программа распространяется на что-то одно (это может быть игра), и наносит урон, только когда вы запустите его (она может стереть жесткий диск). Троянские кони не имеют возможности автоматически копироваться.

Ранние вирусы были частями кода, подключенными к общей программе, такой как популярная игра или популярный текстовый

процессор. Человек может загрузить зараженную игру и запустить его. Такой вирус - это небольшая часть большего кода - законной программы. Любой вирус предназначен для запуска в первую очередь, когда запускается легальная программа. Вирус загружает себя в память и ищет какие-либо другие программы на диске. Если он их находит, он добавляет код вируса на ничего не подозревающие программы. Затем вирус запускает "реальную программу". Пользователь не имеет возможности узнать о распространении вируса.

К сожалению, большинство вирусов имеют некую разрушительную фазу атаки, когда они наносят какой-либо ущерб. Своего рода запуск будет активировать фазу атаки, и вирус будет совершать что-нибудь из разряда печати глупого сообщения на экране, а может и стереть все данные. Активация вируса может быть настроена на определенную дату, количество запусков вируса или что-то подобное.

Когда создатели вирусов стали более изощренными, они узнали новые трюки. Одним из важных трюков была возможность загрузить вирусы в память, чтобы они могли продолжать работать в фоновом режиме, пока компьютер существует. Это дало вирусам гораздо более эффективный способ распространяться. Еще одной уловкой стала возможность заразить загрузочный сектор на дискетах и жестких дисках. Загрузочный сектор представляет собой небольшую программу, которая является основной частью операционной системы, которая загружает компьютер. Загрузочный сектор содержит маленькую программу, которая сообщает компьютеру, как загрузить остальную часть операционной системы. Поставив свой код в загрузочном секторе, вирус может гарантировать свой запуск. Он может немедленно загрузить себя в память, и сможет работать, даже когда компьютер включен. Вирусы загрузочного сектора могут заразить загрузочный сектор любой дискеты, вставленной в компьютер, и в студенческих городках, где много людей пользуются одним компьютером, вирусы распространяются, как лесной пожар.

Приложения Microsoft имеют функцию Macro Virus Protection, она создана, чтобы предотвратить такого рода вещи как вирусы. Когда Macro Virus Protection включена (она включена по умолчанию), функция автозапуска отключена. Так что, когда документ пытается автоматически включить вирусный код, появляется диалоговое окно, предупреждающее пользователя. К сожалению, многие люди не знают, что такое макросы или макровирусы, и когда они видят диалоговое окно, они игнорируют его, поэтому вирус запускается. Многие другие люди вообще выключают механизм защиты.

Вы можете защитить себя от вирусов с помощью нескольких простых шагов:

• Если вы действительно беспокоитесь о традиционных (в отличие от электронной почты) вирусах, вы должны работать с более безопасной операционной системойй, такой как UNIX. Вы никогда не услышите о

вирусах на этих операционных системах, поскольку функции безопасности отгораживают вирусы от вашего жесткого диска.

• Если вы используете незащищенную операционную систему, то покупка защиты программного обеспечения от вирусов является хорошим решением проблемы появления вирусов.

• Если вы просто избегаете программ из неизвестных источников (таких как Интернет), и вместо этого придерживаетесь коммерческого программного обеспечения, приобретенного на компакт-дисках, для вас отсутствуют почти все риски заражения традиционными вирусами. Кроме того, вы должны отключить загрузку дискеты - большинство компьютеров в настоящее время позволяют вам сделать это, это исключит риск появления вируса загрузочного сектора, поступающего из дискеты, случайно оставленной в приводе.

• Вы должны убедиться, что Macro Virus Protection включена во всех приложениях Microsoft, и вы никогда не должны запускать макросы в документе, если вы не знаете, что они делают. Редко появляется хороший повод, чтобы добавить макросы в документ, поэтому позволяет избегание всех макросов является хорошей политикой.

• В случае ILOVEYOU вируса электронной почты, единственная защитой является личная дисциплина. Вы никогда не должны дважды щелкать на вложении, которое содержит исполняемый файл, который поступает в виде вложения электронной почты. Вложения, которые приходят в виде файлов Word (.doc), электронные таблицы (.xls), изображений (.gif и .jpg), и др. файлы данных не могут нанести никакого ущерба. Файл с расширением EXE, COM или VBS является исполняемым, и запущенный файл может нанести какой-либо ущерб. Как только вы запустите ее, вы дадите ему разрешение сделать что-нибудь на вашем компьютере. Единственная защита - никогда не включать исполняемых файлов, которые прибывают по электронной почте.

Субботина А.А.
студент 3 курса
Антипова Е.А.
старший преподаватель
кафедра МИАЭП
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет»
Россия, г. Орел

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Ключевые слова: электронное правительство, инновации, информационное общество, электронные государственные услуги.

В статье рассматриваются вопросы формирования электронного правительства в России в теоретическом и практическом аспектах.

В результате перехода к постиндустриальному обществу и появления

основ глобальной информационной инфраструктуры государственная политика России в области связи и информатизации ставит перед собой задачу по формированию национальной инфокоммуникационной структуры, которая является реальным двигателем социально-экономического, политического и культурного прогресса, создания информационного общества Российской Федерации.

Россия делает большие и ответственные шаги для успешного прогрессирования электронного правительства как мощного механизма административной реформы, метода устранения коррупции, опоры для наиболее значимых государственных проектов. Этот метод позволит повысить качество жизни граждан и мировую конкурентоспособность российских компаний.

Под электронным правительством понимается использование современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для осуществления функций органов власти, нацеленное на обеспечение доступа граждан к достоверной официальной информации. Оно таит в себе потенциал, который открывает перспективы для взаимосвязи органов власти между собой, с населением, бизнесом и институтами гражданского общества, с целью повышения качества государственного управления[3].

Электронное правительство укрепляет новый образец управления, направленный на граждан, появившийся всего около 10 лет назад в результате переосмысления модернизации государственного сектора и административной реформы в век Интернета, в котором государство трактуется, прежде всего, как поставщик услуг населению, предприятиям[2].

Информационные технологии могут оказать большую поддержку в решении сложившихся проблем, выступая в роли катализатора, а в некоторых случаях и главного инструмента модификаций.

Возникновение электронного правительства оказало большое воздействие на структуры и процессы государственного управления. Данное воздействие проявило себя в повышении эффективности сбора, обработки и использовании информации в процессе принятия решений, а в дальнейшем в трансформации всех институтов и методов системы управления. Возможности ИКТ позволили поставить новые цели реформ, которые до этого были неосуществимы и даже утопичны из-за технологических ограничений коммуникационной сферы[3].

Россия, как перспективно развивающееся государство, не должна оставаться в стороне от процессов усовершенствования системы государственной власти. Существует ряд причин, которые определяют потребность в создании электронного правительства, из них можно выделить следующие:

1. Электронное правительство связано с устранением определенных сложностей, существующих в данный момент в практике общественного управления (потребность повышения уровня прозрачности

государственных услуг, устранения коррупции, рационализации и усовершенствования государственного управления на всех уровнях).

2. Электронное правительство раскрывает новый путь политической коммуникации для государства и общества. Оказывает помощь в повышении уровня доверия граждан к власти [1].

Вопреки тому, что уже удалось добиться стоящих результатов в сфере информатизации, инфраструктуры коммуникационных сетей и внутренней автоматизации государственного сектора, Россия до сих пор занимает место на самой первой ступени формирования электронного правительства и электронных услуг. Об этом свидетельствует относительно низкий рейтинг в основных сравнительных анализах развития электронного правительства во многих странах.

Тем не менее, у России имеется несколько выдающихся конкурентных преимуществ, дающих возможность рассчитывать на превосходные результаты модернизации государственного сектора при помощи электронного правительства в средне- и долгосрочной перспективе.

Использованные источники:

1. Григорьев П.В. Электронное правительство в России: проблемы и перспективы развития / П.В. Григорьев // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2009. – №3. – С. 87-90
2. Рейтинг субъектов РФ по уровню внедрения Электронного правительства по состоянию на 1 декабря 2010 года // http://www.gosman.ru/electron?news=8904
3. Электронные правительства: потенциал и практическое использование / под ред. Ивановой Г.Р. – М.: Знание, 2008. с. 13-17

Тотолян Л.А.
студент 3 курса
Орехов Г.С.
старший преподаватель
кафедра МИАЭП
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет» имени И.С. Тургенева
Россия, г. Орел

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЛАСТЯХ

В конце XX века человечество вступило в стадию развития, которая получила название постиндустриального или информационного. Возможности информационных технологий для человека становятся безграничными, способствуют эффективному решению профессиональных, экономических, а также многих других проблем. Грамотно, профессионально распорядиться сегодняшними техническими и информационными возможностями способны те, кто обладает необходимыми знаниями, позволяющими сориентироваться в новом

информационном пространстве.

В нашу жизнь стремительно ворвались информационные технологии (ИТ). ИТ являются главной составляющей информационной системы, обеспечивают ее функционирование в целом.

Михеева Е.В. под ИТ понимает процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов.

В последнее время под информационными технологиями чаще всего понимают компьютерные технологии. В частности, ИТ имеют дело с использованием компьютеров и программного обеспечения для создания, хранения, обработки, ограничения к передаче и получению информации.

Тема данной статьи звучит как «Использование информационных технологий в различных областях». В настоящее время это достаточно актуальный вопрос. С чем это связано, спросите? На что можно однозначно сказать, что человечество не стоит на месте, оно развивается и развивается уже со скоростью геометрической прогрессии. ИТ используют везде, где только их возможно применить. Областями применения информационных технологий являются системы поддержки деятельности людей (управленческой, коммерческой, производственной), потребительская электроника и разнообразные услуги (связь, развлечения).

Наиболее важными сферами применения современных ИТ являются делопроизводство в офисе, экономические и статистические расчеты, проектно-конструкторские работы, издательская деятельность, компьютерные тренажеры, управление технологическими процессами и организационное управление на основе использования компьютерных сетей, цифровая связь, Интернет.

Под делопроизводством понимается деятельность создания документов, создание условий для поиска и хранения документов. К основным задачам делопроизводства относится оформление деловых документов; создание условий для движения документов, для поиска исполненных документов, для хранения документов.

Спектр применения огромный. А почему? Потому, что данные технологии упрощают деятельность человека, увеличивают скорость его работы, позволяют обрабатывать и хранить большой объем информации. Мы уже не представляем себе жизни без компьютера и его комплектующих. Отказаться от них уже не представляется возможным.

В экономике информационные технологии используют при решении профессиональных задач, в том числе связанных с моделированием и прогнозированием производственных процессов.

Особенностью использования ИТ в образовательной сфере в первую очередь проявляется при создании сайтов. Во всех средних общеобразовательных школах есть свои сайты, это становится для школы важным и престижным делом. Также ИТ используются на занятиях, для демонстрации материала и лучшего его усвоения. Процесс обучения детей с

помощью информационных технологий позволяет научить их работать с текстом, создавать графические объекты и базы данных, использовать электронные таблицы. Ребенок узнает новые способы сбора информации и учится пользоваться ими, расширяется его кругозор. Для учителей же это еще один способ заинтересовать ученика, повысить его мотивацию к обучению.

При использовании ИТ необходимо стремиться к реализации таких потенциалов личности как, познавательного, морально-нравственного, творческого, коммуникативного и эстетического. Для реализации всех этих потенциалов необходимо так же педагогическое отношение к владению информационными образовательными технологиями.

Также ИТ используются при управлении предприятием, в первую очередь в области менеджмента и маркетинга. При выполнении внутрифирменных процессов функция ИТ уже давно перестала быть вспомогательной. В первую очередь ИТ обеспечивают производственный процесс, координируют механизм для отдельных видов информационно-технологических услуг, автоматизируют производство.

На биржах и аукционах используют электронные информационные системы закупок, проведения тендеров (конкурсов), аукционов и др. С их помощью появляется возможность автоматизировать процессы поиска необходимых партнеров и согласования с ними условий сделки.

Развитие ИТ идет по многим направлениям. Однако все пути сходятся на магистрали технологизации социального пространства. Она призвана кардинально изменить качество жизнедеятельности общества в лучшую сторону. Технологизация социального пространства – это система процессов, методов и средств различного класса и назначения, направленная на развитие качества производства продукции и услуг во всех сферах общества.

Хочется сказать, что за информационными технологиями наше будущее. Каждый человек уже ощутил на себе их значимость. Лично для нас ИТ незаменимая часть дня. Мы сталкиваемся с ними везде, на каждом шагу. Благодаря информационным технологиям мы имеем возможность быстро находить нужную информацию, тем самым увеличить свой уровень знаний. Также мы можем обработать данные достаточно быстро, сохранить их и при необходимости поделиться с людьми, не думая о том, что можем что-то забыть или упустить. Последнее для нас является самым важным, возможность обучаться у кого-то и делиться своими знаниями, в этом смысл жизни.

В заключении хочется сказать, что все области применения ИТ уже невозможно перечислить. Что же будет дальше? А дальше сфера применения станет безграничной и человек станет полностью зависеть от данных технологий. Поэтому, сколько бы плюсов не было у ИТ, мы считаем, что необходимо себя ограничивать в их использовании. Мы и так уже разучились общаться в живую и стали зависимы от своих гаджетов. Такими

темпами мы превратимся в роботов. Над этим стоит подумать…

Использованные источники:

1. Информационные технологии в школе [Электронный ресурс].//- Режим доступа: http://www.metod-kopilka.ru/page-article-15.html
2. Информационные технологии в экономике [Электронный ресурс].//Режим доступа: http://bibliofond.ru/view.aspx?id=607377
3. Исаев Г.Н. Информационные технологии: учебное пособие. – М.:Омега-Л. – 2012. – 464 с.
4. Михеева Е. В., Титова О.И. Информатика// Учебник .– М.: Академия. – 2007.– 352 с.

Федотова Е. С.
2 курс магистратуры
Томский Политехнический университет
Россия, г. Томск

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Аннотация: в статье проанализирован рынок маркетинговых коммуникаций и определены основные тенденции развития интернет-маркетинга в России.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, интернет-маркетинг, продвижение, PR.

С каждым годом доля финансирования интернет-маркетинга в годовом маркетинговом бюджете компаний увеличивается. Все это результат того, что большая часть потребителей стали активными пользователями сети интернет. Очевидно, что сегодня рекламные тренды в полной мере онлайн-ориентированы. Таким образом, интернет-маркетинг становится наиболее эффективным инструментом привлечения потребителей, продвижения товаров и является благодатной базой для проведения различных исследований.

Для того чтобы понять на сколько, необходимо изучить какое место оно занимает среди прочих маркетинговых коммуникаций. (табл.1) По итогам трех кварталов 2015 года структура российского рынка коммуникаций в сфере маркетинга существенно изменилась. Относительно ситуации двухлетней давности, когда наблюдался прирост во каждом сегменте, все рекламные площадки в текущем году оказались в упадке. За исключением интернет-сферы, где продолжается положительная динамика за счет контекстной рекламы. Рост составил 12%.

Таблица 1 – Динамика объема рынка маркетинговых коммуникаций в России, млрд. руб.[77]

[77] АКАР // Исследования — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size

Сегмент	2013 год	Прирост в 2013 году	2014 год	Прирост в 2014 году	январь - сентябрь 2015 года	Прирост в 2015 году
	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%
Телевидение	156.2	+9	159.8	+2	90.8	-19
Радио	16.5	+13	16.9	+2	9.6	-19
Печатные СМИ	37.0	-10	33.0	-11	16.3	-32
Наружная реклама	40.7	+8	40.6	-	24.1	-25
Интернет	71.7	+27	84.6	+18	64.7	+12
в т.ч. медийная реклама	20.1	+12	19.1	-5	12.3	-6
контекстная реклама	51.6	+34	65.5	+27	54.3	+17
Прочие медиа	5.7	+16	5.1	-9	2.6	-15

Еще один аргумент в пользу интернет-рекламы, это данные консалтинговой компании PwC. По мнению экспертов, в следующем, 2016 году, объем рынка ТВ-рекламы составит $2,9 млрд, а в интернете – $3,5 млрд. Рынок ТВ-рекламы в течение следующих пяти лет будет падать в среднем на 10% в год, и в 2019 г. его объем составит $2,17 млрд. Рынок интернет-рекламы, напротив, покажет рост в 14% и к 2019 г. достигнет $4,6 млрд.[78]

Однако проблема в следующем: определить аудиторию интернета. Иначе, очень легко сконцентрироваться на простом улучшении того, что уже работает, и не уделить должного внимания исследованию новых каналов и грядущих технологических трендов. К тому же, представление о точном профиле целевой аудитории позволит создавать более персонализированную рекламу и использовать инструменты-маркетинга в нужном направлении.

Проанализировав международные и статистические данные в интернет-сфере, можно выделить некоторые явные тенденции интернет-маркетинга, которые следует учитывать при разработке рекламной стратегии.

1. Сайт теряет значение.

Все больше рекламодателей указывают на увеличение использования лэндингов без привязки к основному сайту: рекламируемый продукт или

[78] Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2015-2019 гг. — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: https://www.pwc.ru/ru/entertainment-media/publications/assets/outlook_2015_rus_print.pdf

акция освещаются на отдельной странице, и вся реклама ведет на нее.[79] При этом на странице может не быть перехода к другим предложениям. Таким образом, рекламируемое предложение и рекламируемая страница могут быть вообще никак не связаны с основным сайтом: оформлением, логикой, переходами и пр. Этот тренд характерен как для крупнейших рекламодателей, размещающих, в первую очередь брендовую рекламу, так и для средних рекламодателей, ориентированных на performance-маркетинг, благодаря которому компании точно знают количество людей, зашедших на сайт или посмотревших рекламу.

2. Меняется модель поиска в интернете.

В 2014 году объем рынка платной поисковой рекламы достиг 1,7 млрд долл. США, что составляет 70,2% общей суммы выручки от интернет-рекламы. Российский сегмент поисковой рекламы также показывает высокие темпы роста: в течение ближайших трех лет совокупный среднегодовой темп роста составит 13,2%, а сумма доходов в 2019 году достигнет 3,15 млрд долл. США.[80]

Тем не менее, пользователи все чаще ищут нужную информацию не на стартовых страницах поисковиков, а на других сайтах. Достойную конкуренцию Яндексу и Google составляют социальные сети и крупные маркеты с отзывами о товарах и рейтингами. Поэтому компаниям следует отслеживать наличие хороших отзывов о бизнесе не только на своем сайте, но и на ресурсах типа IRecommend.

3. Социальные сети не перестают быть частью нашей жизни.

Зарубежные авторы статей о развитии интернет-маркетинга утверждают, что социальные сети как инструмент рекламы теряют свою актуальность. Во-первых, сетевые ресурсы хотят зарабатывать на продаже рекламы. «Facebook» уже уменьшил видимость постов рекламного характера в новостной ленте и, предположительно, за глобальным лидером последуют другие сети. Во-вторых, аудитория действительно хочет видеть в новостной ленте полезную и развлекательную информацию, а не явную рекламу.[81]

Тем не менее, благодаря возможности создания групп и сообществ, фильтрации целевой аудитории по множеству параметров эта площадка все еще очень эффективна для продвижения и PR.

Как показало маркетинговое исследование пользователей рунета в возрасте от 12 до 64 лет, наиболее популярной социальной сетью у россиян

---

[79] Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. // Отраслевой доклад — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2014/internet-in-russia.html

[80] Обзор рынка интернет-рекламы в России, Итоги 2014 г. — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics/advertisement

[81] Brian Solis. 25 Disruptive Technology Trends for 2015 – 2016, - [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.briansolis.com/2015/01/25-disruptive-technology-trends-2015-2016/

является ВКонтакте. Аккаунты имеют почти 80% пользователей.[82] Популярность обеспечивает широкое разнообразие контента, интерфейс, интуитивно понятный как подросткам так и более взрослой аудитории, большой выбор игр и других приложений, а также удобная мобильная версия.

Исследование основных мотивов использования социальных сетей показало, что доминируют потребности в коммуникации. В основном заходят в свой аккаунт, чтобы следить за жизнью друзей и поддерживать существующие контакты. Поэтому при продвижении в соцсетях очень эффективен вирусный контент, которым пользователи активно делятся в своем кругу общения. Тематика контента может зависеть от интересов конкретной группы. Вконтакте популярен своими группами и пабликами, которые можно использовать при таргетинге.

Многие пользователи соцсетей используют их для работы, и значительный эффект в узконаправленной стратегии продвижения дают публикации на профессиональные темы, аналитические материалы, инфографика и т.п. оригинальный контент от бренда.

4. Мобильные устройства набирают обороты.

В 2014 году впервые зафиксировано снижение доли российских пользователей Интернета, использующих стационарный компьютер — оно составило 1%. При этом доля людей, выходящих в Интернет с мобильных устройств, уверенно растет быстрыми темпами. (табл. 2) Мобильные пользователи зачастую ищут некую локальную информацию (кафе, магазины, транспорт и т.д). А современные технологии позволяют не просто найти на больной карте магазин, но и тут же совершить звонок или сделать заказ в онлайн-магазине. К тому же, с помощью мобильных устройств можно использовать новые каналы для общения. Приложения для мгновенного обмена сообщениями, например, Telegram, WhatsApp и Facebook Messenger, становятся более удобными для прямого общения между пользователями по сравнению с внутренними чатами социальных сетей.

Таблица 2 – Структура пользователей Интернета в России[83]

	январь-март 2014 г.		январь-март 2015 г.		Прирост
	Охват, млн.	Охват, %	Охват, млн.	Охват, %	
Компьютер (стацион.)	42,5	67,6	42,2	66,8	-1%
Смартфон	19,2	30,6	25,8	40,8	34%
Планшет	13,9	22,1	16,7	26,4	20%
Телевизор	5,0	8,0	7,1	11,2	41%

[82] Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. // Отраслевой доклад — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2014/internet-in-russia.html

[83] TNS Web Index Россия. — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/internet/description/

(смарт ТВ)					

5. Больше внимания к видео.

Объем использования видео-рекламы растет непрерывно, занимая долю обычных баннеров в дисплейной рекламе, а также создавая совершенно новый рынок в виде рекламных роликов, которые распространяются через видео-хостинги и социальные сети. За 2012-2014 годы рост объема данного рынка в денежном выражении увеличился почти в 3 раза. Видео-реклама становится стандартным элементом медиамикса, в качестве альтернативы и дополнения к дисплейной рекламе.

Видеохостинг YouTube - второй по популярности у россиян ресурс. Благодаря широкому распространению мобильных устройств каждый теперь может зафиксировать любое событие на видео и быстро поделиться интересной информацией. Популярность YouTube связана также с тем, что видео вызывает гораздо больше доверия и легче воспринимается, чем текст. К тому же ролики из соцсети легко встраиваются в другие сайты, демонстрируются на любых устройствах. Информация в звуковом и видеоформатах всегда получает более мощный эмоциональный отклик массовой аудитории, чем самый продуманный текст. Поэтому более половины пользователей после просмотра рекламного ролика на YouTube продолжают коммуникацию с брендом.

Все это следует учитывать, разрабатывая собственную стратегию продвижения в интернете. К тому же, в сети возрастает конкуренция, так как продвигать себя через интернет приходят офлайновые компании. Один из лучших способов выйти вперед — исследование ниши и применение новейших технологий и тактических приемов.

Использованные источники:

1. Brian Solis. 25 Disruptive Technology Trends for 2015 – 2016, - [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.briansolis.com/2015/01/25-disruptive-technology-trends-2015-2016/
2. TNS Web Index Россия. — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/internet/description/
3. АКАР // Исследования — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size
4. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2015-2019 гг. — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: https://www.pwc.ru/ru/entertainment-media/publications/assets/outlook_2015_rus_print.pdf
5. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. // Отраслевой доклад — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL: http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2014/internet-in-russia.html
6. Обзор рынка интернет-рекламы в России, Итоги 2014 г. — [Электронный ресурс] Режим доступа — URL:

http://json.tv/ict_telecom_analytics/advertisement

Федякова Н. Н., к.э.н.
доцент
кафедра статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении
Борисова М. А.
студент, 2 курс
экономический факультет
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Саранск

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Аннотация: Статья посвящена проблемам внедрения и использования информационных систем управления предприятиями. Проведено исследование системы планирования ресурсов предприятия (ERP-системы) на Инзенском деревообрабатывающем заводе (ООО ПФ «Инзенский ДОЗ»).

– Ключевые слова: информационные системы управления предприятиями.

Abstract: The article is devoted to problems of implementation and use of enterprise information management systems. A study of enterprise resource planning (ERP- system) Inza woodworking factory (OOO PF "Inzensky DOZ").

Keywords: enterprise management information system.

– В условиях постоянно растущей конкуренции руководители компаний вынуждены искать новые методы управления, направленные на сохранение и расширение присутствия предприятия на рынке, повышения рентабельности деятельности, внедрять новые методы управления производством и маркетингом.

– Если в организации многоуровневая система управления, включающая в себя несколько территориально распределенных подразделений, то осуществлять управленческую деятельность и принимать верные решения, очень сложно. Поэтому предприятию необходимо иметь систему, которая поможет в решении данных задач. Реакцией компаний на экономический спад явилось резкое сокращение капитальных вложений. Под эту категорию попадают ERP-системы и другие решения по оптимизации бизнеса. Сейчас организации осуществляют перераспределение спроса в сторону автоматизации не деятельности компании в целом, а отдельных бизнес-процессов. Именно поэтому многие компании используют системы данного вида. Поэтому тема исследования в настоящее время является актуальной.

– Основным назначением ERP-систем является автоматизация процессов планирования, учета и управления по основным направлениям деятельности предприятия. [1].

– Рассмотрим тему исследования, на примере Инзенского деревообрабатывающего завода. Инзенский деревообрабатывающий завод (ООО ПФ «Инзенский ДОЗ») – является одним из крупнейших предприятий Инзенского района Ульяновской области, один из ведущих российских производителей и экспортеров клееных деталей мебели из шпона высокого качества. Данная продукция соответствует самым высоким требованиям потребителей, как в России, так и за рубежом. Изделия отличаются высоким качеством и надежностью.

– Инзенский деревообрабатывающий завод является современным конкурентоспособным предприятием с модернизированным производством, имеющим оборудование необходимое для изготовления деталей мебели из березового шпона. Численность рабочих завода составляет полторы тысячи человек.

– Завод находится в центре Среднего Поволжья, в центральной части европейской России. Данное положение позволяет выстраивать эффективную логистику и систему продаж. Поставки продукции осуществляются с помощью автомобильного и железнодорожного транспорта во все регионы России, а так же Европы. ООО ПФ «Инзенский ДОЗ» находится на прочных позициях рынка деревообработки благодаря совершенствованию производства и качества продукции, а так же маркетинговому мониторингу. Именно поэтому предприятие имеет безупречную деловую репутацию.

– Важным фактором эффективной работы завода является его сотрудничество с ведущими экономическими союзами: Ассоциацией предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, Торгово-промышленной палатой РФ, Европейской федерацией производителей мебели. Инзенский деревообрабатывающий завод сертифицирован по стандарту ГОСТ-Р ИСО 9001-2001, который удостоверяет, что на предприятии внедрена международная система менеджмента качества проектирования, производства и поставки продукции. Экспортная продукция завода прошла сертификацию европейского института по исследованиям древесины WKI (Институт Вильгельма Клаудица, Брауншвайг, ФРГ). [2]

– На Инзенском деревообрабатывающем заводе используется система планирования ресурсов предприятия (ERP-система) Галактика. Система охватывает производство, бухгалтерию, кадры, склады. С помощью данной системы осуществляется ведение бухгалтерской отчетности в электронном формате, перевод электронных платежей. При изменении законодательства или международных стандартов в области бухгалтерского учета, все данные будут направлены в систему, и предприятие будет в курсе обновлений. Модуль «Заработная плата» имеет множество функций, например, разработка графиков персонала, формирование рабочего времени, назначение или снятие надбавок и доплат и т.д. С помощью системы

осуществляется учетные и вычислительные процедуры, с помощью которых производится оплата труда работников предприятия, управление кадрами, ведение личных дел сотрудников, учет молодых и пожилых специалистов. Такие процессы, как прием на работу, перевод, увольнение, сопровождаются большим количеством документации, которую помогает структурировать данная система. Система также дает сведения о состоянии склада, показывает информацию, связанную с хранением изделий, определяет места для хранения запасов, распределяет склад по зонам, а также генерирует накладные на отгрузку.

– Внедрение на предприятии ERP-системы способствовало повышению автоматизации производственных процессов, эффективности управления организацией. Однако, по словам главного программиста завода, возникли проблемы при внедрении и эксплуатации системы. Проблемы связаны с недостатком квалифицированных специалистов, способных правильно реализовать проект внедрения ERP-системы. Также при внедрении системы, возникла проблема, связанная со старым оборудованием, его пришлось обновлять. Эту проблему предприятие решило. Необходимо также привлечение новых высококвалифицированных специалистов, обязанностью которых будет работа с ERP-системой или же обучение уже имеющихся сотрудников.

– Внедрение на предприятии ERP-систем способствует повышению автоматизации отдельных процессов, растет управляемость организации. В настоящее время популярность такого вида систем растет. В скором будущем они станут неотъемлемой частью управления любого предприятия, многие предприятия и организации обращаются к данным системам с целью повышения эффективности управления.

Использованные источники:

1. Развитие информационного общества. Зинина Л.И., Петрова Е.С., Аникина Н.В., Бажанова С.В., Глухова Т.В., Ефремова Л.И., Иванова И.А., Кузнецов А.Ф., Соколова М.Ю., Федякова Н.Н. Монография / Зинина Л. И. [и др.]; науч. ред. Л. И. Зинина. Саранск, 2010. – 135 с.

2. Сайт Инзенского деревообрабатывающего завода [электронный ресурс] – URL: http://www.inzadoz.ru/index.php?section=34

Федякова Н. Н., к.э.н.
доцент
кафедра статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении
Кирюхина И. А.
студент, 2 курс
экономический факультет
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Саранск

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ IIKO В ПОМОЩЬ РЕСТОРАННОМУ БИЗНЕСУ

Аннотация: В статье проведено исследование информационной системы iiko - специализированной ERP-системы для автоматизации управления предприятий ресторанного бизнеса на примере кафе «Самурай».

Ключевые слова: информационная система, сфера общественного питания.

Abstract: This paper studied the information system iiko - a specialized ERP-system for automation of businesses catering to the example of the cafe "Samurai".

Keywords: information system, the scope of the catering.

Развитие современного общества, характеризуется интенсификацией и актуализацией информационных потоков. Информатизация охватывает все стороны жизни общества – от материального производства до социальной сферы [1]. Процесс автоматизации управления не обошел стороной и сферу общественного питания, в последнее время создается большое количество программ, облегчающих ведение данного бизнеса. Выбор автоматизированной системы управления играет большую роль в развитии предприятия общественного питания. В условиях возрастающей конкуренции необходимо поднимать уровень обслуживания клиентов.

Примером этому служит кафе города Саранск «Самурай» - это небольшое заведение, которое специализируется на приготовлении блюд японской кухни. В меню большое количество блюд и напитков, а также существует услуга доставки еды на дом. «Самурай» использует программу iiko – это комплексная ERP-система для ресторанов, которая во многом снижает нагрузку на сотрудников данного заведения, а также сокращает время ожидания заказов клиентов, позволяет быстро и безошибочно оформлять счета и подсчитывать сумма заказа [2]. Эта система становится все более популярной, ей пользуются уже в 23 странах по всему миру и более 6000 ресторанов выбрали именно её. Благодаря данной системе становится возможным удаленный мониторинг всего заведения. Конструктор OLAP-отчетов и управление организацией через Интернет делает эту программу уникальной.

Информационная система iiko начинает историю своего развития с 2005 года. Её создателями являются Давид Ян и Максим Нальский. Она

состоит из нескольких модулей, каждый из которых выполняет определенный перечень задач:

1) модуль iiko Resto отвечает за настройку меню с возможностью убирать блюда, которых нет в наличии; поиск определённого блюда; вывод искомой позиции по кодовым цифрам; объединение или разъединение счетов в зависимости от пожелания клиентов; возможность персонала просматривать, какие столы находятся в их обслуживании и кому нужен пречек; возможность просмотра управляющем персоналом скорости обслуживания клиентов, подачи блюд и пречека; экранную клавиатуру для ввода комментариев; отчет о продажах по различным параметрам; поддержку удаленного управления с помощью персональных компьютеров (PDA);

2) модуль iikoHostess отвечает за прием заказов на банкет, составление меню со всеми пожеланиями и отправку его на кухню для предварительного ознакомления; отметку времени подачи блюд и последовательности их подачи; возможность внесения предварительной оплаты счета; бронирование столов по дням недели и времени; возможность сохранения контактных данных клиента и истории; построение статистики, о дате и времени резервирования столов;

3) модуль iikoPayment отвечает за быструю настройку необходимых видов оплаты, предоставляет возможность безналичного способа оплаты для юридических лиц или за расчетный счет ресторана в случае питания сотрудников или представительских расходов; отмету заказов и возврат платежа; поддержку всех моделей фискальных регистраторов; автоматический учет кассовых смен; учет подарочных сертификатов; подсчет различных бонусов и скидок, в зависимости от суммы заказа и выбора блюд, находящихся в меню;

4) модуль iikoLnventory отвечает за учет всех имеющихся продуктов на складе, автоматическое списание использованных товаров и внесение новых; сверка товаров, легкая инвентаризация напитков по весу; возможность инвентаризации без отрыва от работы;

5)модуль iikoProduction отвечает за работу с номенклатурой товаров и продуктов; учет блюд по категориям и фиксацию отказных позиций; расчет калорий указанных в меню блюд и их энергетической ценности;

6) модуль iikoMamagementAccounting отвечает за просмотр кассовых операций, которые были произведены к конкретный период времени, а также просмотр всех интересующих параметр продаж; расчет заработной платы работников по фиксированной ставке, с возможностью её просмотра каждым сотрудником заведения, автоматическая вычета штрафов и прибавление премий; расчет с поставщиками и гостями через их личные счета, контроль расхода и прихода средств; интеграцию с программами учета, например 1С: Бухгалтерия, а так же ведение плана отчетности в соответствии с требованиями МСФО;

7) модуль iikoTimeManager отвечает за расчет заработной платы по

нескольким системам: проценты от выручки, почасовая или учет штрафов или бонусов; регистрацию прихода и ухода работников, составление графиков с учетом рабочего времени;

8) модуль iiko PersonalReport отвечает за личную страничку рабочего успеха каждого сотрудника, просмотр его успехов и возможной оплаты труда на данный момент; автоматизированный вывод сообщений от владельцев кафе и персональных предложений; персональные отчеты для каждого работника;

9) модуль iikoVideoSecurity отвечает за просмотр интересуемых моментов, обслуживание клиентов и поиска видеофрагмента по номеру чека; хранение видеозаписей от одного до трёх месяцев; доступ к видео из любой точки при наличии интернета; хранение и защиту данных и паролей; автоматическая запись всех совершенных действий с личными данными пользователя.

Существенным плюсом для данной системы стало бы распространение её на мобильные телефоны. После установления приложения клиент имел бы возможность накапливать бонусы, получать скидки и участвовать в акциях, ведь не всегда есть возможность брать с собой магнитную карту того или иного заведения.

Таким образом, большое количество выполняемых задач и функций делает iiko серьезным конкурентом программным продуктам компаний, создающих подобные типы информационных систем, например, R-Keeper, Tilypad XL. Возможно ее применение, как в небольших заведениях, так и в крупных сетях ресторанов, баров и кафе. Простой интерфейс делает эту программу легкой в использовании. Главным преимуществом iiko является её небольшая цена, а также приобретение и установка модулей по требованию владельцев организации. В зависимости от масштабов ресторанов, баров или кафе владельцами может быть установлена как вся система, так и её отдельные модули.

Использованные источники:

1. Развитие информационного общества. Зинина Л.И., Петрова Е.С., Аникина Н.В., Бажанова С.В., Глухова Т.В., Ефремова Л.И., Иванова И.А., Кузнецов А.Ф., Соколова М.Ю., Федякова Н.Н. Монография / Зинина Л. И. [и др.]; науч. ред. Л. И. Зинина. Саранск, 2010. – 6 с.
2. Сайт компании Iiko – [электронный ресурс]: http://iiko.ru/ (дата обращения 01.12.15)

Хасанов С. Р., к.э.н.
доцент
Шарафутдинов А.Г.
Башкирский государственный аграрный университет
Россия, г. Уфа

АРХИТЕКТУРЫ ПОСТРОЕНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Khasanov S. R.
P.H.D in economy Sarafutdinov A.G
Bashkir State Agrarian University
Ufa, Russia

ARCHITECTURE CONSTRUCTION OF LOCAL NETWORKS

Человечество достигло колоссальных успехов в развитие Интернета и оно не прекращается по сей день. Сетевые технология облегчили жизнь многим людям и не только. Практически все организация пользуются локальной сетью для сбора, передачи и обработки информации.

Локальная сеть - это сеть охватывающая компьютеры одной организации или же нескольких организаций которые находятся в одном здание. Существует множество видов соединений и их комбинаций. Для эффективного выбора подходящего соединения для любой организации нужно учитывать их признаки:

1.) Начальный капитал (бюджет данной организации)
2.) Направление
3.) Масштаб.

Различают три основных вида соединений:

1.) Звезда
2.) Кольцо
3.) Шина.

У каждого из этих топологий (видов) есть свои плюсы и минусы.

1.) Шина проводит сигнал из одного конца сети к другому, при этом каждая рабочая станция проверяет адрес послания, и, если он совпадает с адресом рабочей станции, она его принимает. Если же адрес не совпадает, сигнал уходит по линии дальше. Если одна из подключённых машин не работает, это не сказывается на работе сети в целом, однако если соединения любой из подключенных машин нарушается из-за повреждения контакта в разъёме или обрыва кабеля, неисправности терминатора, то весь сегмент сети (участок кабеля между двумя терминаторами) теряет целостность, что приводит к нарушению функционирования всей сети.

Минусы данной топологии:

- Разрыв кабеля, или другие неполадки в соединении может исключить нормальную работу всей сети.
- Ограниченная длина кабеля и количество рабочих станций.
- Трудно обнаружить дефекты соединений.
- Невысокая производительность.

- При большом объеме передаваемых данных главный кабель может не справляться с потоком информации, что приводит к задержкам.

Плюсы:

- Отказ любой из рабочих станций не влияет на работу всей сети.
- Простота и гибкость соединений.
- Недорогой кабель и разъемы.
- Необходимо небольшое количество кабеля.
- Прокладка кабеля не вызывает особых сложностей.

2) Кольцо. Эта топология представляет собой последовательное соединение компьютеров, когда последний соединён с первым. Сигнал проходит по кольцу от компьютера к компьютеру в одном направлении. Каждый компьютер работает как повторитель, усиливая сигнал и передавая его дальше. Поскольку сигнал проходит через каждый компьютер, сбой одного из них приводит к нарушению работы всей сети.

3) Устанавливать сеть топологии «Звезда» легко и недорого. Число узлов, которые можно подключить к концентратору, определяется возможным количеством портов самого концентратора, однако имеются ограничения по числу узлов (максимум 1024). Рабочая группа, созданная по данной схеме может функционировать независимо или может быть связана с другими рабочими группами.

Минусы данной топологии:

- Отказ концентратора приводит к отключению от сети всех рабочих станций, подключенных к ней.
- Достаточно высокая стоимость реализации, т.к. требуется большое количество кабеля.

Плюсы:

- Подключение новых рабочих станций не вызывает особых затруднений.
- Возможность мониторинга сети и централизованного управления сетью
- При использовании централизованного управления сетью локализация дефектов соединений максимально упрощается.
- Хорошая расширяемость и модернизация

Для организации только что начавшую свою деятельность хорошо подойдет топология шина, так как при повреждение одного компьютера на всех остальных информация останется не затронутой. Даже если произойдет разрыв кабеля эту проблему можно будет исправить.

Хоть и топология звезда легкая и недорогая но она несет в себе риск, так как если пострадает сервер все данные будут утеряны. Эту проблему можно решить постоянным резервным копирование данных на другой сервер но это все реализовать будет слишком дорого для новой организации с маленьким начальным капиталом.

Использованные источники:
1. Елисеев В. Локальные сети будущего и будущее локальных сетей Современная технология компьютерных сетей-2010
2.Топология компьютерных сетей. Электронный ресурс-Режим доступа: kom-seti.narod.ru
3. Локальные сети. Электронный ресурс-Режим доступа: http://referats.allbest.ru/
4. СЕТЕВЫЕ ТОПОЛОГИИ «ШИНА» И «ЗВЕЗДА»: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ *Мошкина К.А., Шарафутдинов А.Г.* Экономика и социум. 2014. № 2-5 (11). С. 335-337.

Хлебникова А.И., к.э.н.
доцент
кафедра «Менеджмента и инновационных технологий»
Уваров К.И.
студент гр. Уэбо 2-4, 2 курс
Ручкин В.И.
студент гр. Уэбо 2-4, 2 курс
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

В данной статье рассматриваются основные инструменты, этапы и принципы самостоятельной разработки ИС. Так же, представлены главные преимущества такого подхода и его недостатки, условия и сферы внедрения ИС.

Ключевые слова: Информационные системы, разработка ИС, автоматизация предприятия.

KEY ASPECTS OF INFORMATION SYSTEMS DEVELOPMENT

This article discusses the basic tools, principles and stages of self-development of information system. The main advantages of this approach and its shortcomings, the conditions and the scope of the implementation of information systems are also presented.

Keywords: Information systems, information systems development, company automation.

Самостоятельная разработка ИС является трудоемкой и долговременной работой для всего предприятия. В процессе ее создания можно выделить несколько **главных этапов**:

- Проектирование
- Программирование
- Тестирование

- Отладка
- Внедрение
- Сопровождение

Так же, по мере создания ИС выделяются **основные принципы**, в которых заключается основная суть проекта и его успешность. Остановимся на них более конкретно:

1. Принцип централизованной разработки по единому плану и замыслу на общих информационных и математических основах используется при создании задач в рамках единой информационной системы. Этот принцип должен неукоснительно соблюдаться при создании задач, результаты решения которых используются во всех или нескольких звеньях информационных систем. Принцип централизованной разработки задач может не учитываться организациями и фирмами, создающими одноуровневые задачи, которые предназначены для применения в рамках данной организации, и использующими автономные ЭВМ.
2. Принцип конкретности предназначения создаваемых задач и их комплексов предполагает необходимость разработки элементов информационной системы; непосредственного руководства специально предназначенных для автоматизации решения конкретных задач управления.
3. Принцип участия в создании задач предприятий и фирм, в интересах которых они создаются, является ближайшим принципом, лежащим в основе всей технологий создания и обеспечивающим создание качественных задач для автоматизации управления (например, управления персоналом предприятия).
4. Принцип обеспечения возможности перестройки задач в процессе их эксплуатации применительно к конкретной обстановке предполагает, что при создании задачи необходимо более полно учесть возможные изменения обстановки, внешних условий, а также изменения характеристик и условий применения создаваемой продукции, которые вызовут необходимость корректировки алгоритмов и программ.
5. Непрерывное сопровождение разработанных задач и их комплексов представителями заказчика и разработчика является основным условием, обеспечивающим поддержание задач и их комплексов в готовности к применению. В функцию представителей заказчика при сопровождении входит обеспечение работоспособности используемых задач, а также анализ процесса их эксплуатации и выработка предложений по их усовершенствованию. Представители разработчика при сопровождении устраняют недостатки, выявляемые 8 процессе эксплуатации, и проводят совершенствование задач в плане повышения их эксплуатационных характеристик.

В зависимости от существа и особенностей применения создаваемых задач перечень требований к ним может расширяться или сужаться. Формирование конкретных требований к создаваемым задачам

осуществляется совместными усилиями представителей заказчика и разработчика на этапе разработки технического задания.

Этот подход в большинстве случаев применим лишь в двух вариантах: для достаточно крупной фирмы, способной содержать свой штат квалифицированных разработчиков ПО и в том случае, если комплекс автоматизации не очень велик и может быть разработан достаточно ограниченными ресурсами.

Обычно этот вариант автоматизации используется в том случае, когда ни один из существующих коммерческих продуктов не удовлетворяет руководство предприятия, либо если бизнес настолько динамичен, что перенастройка готового продукта окажется дороже или менее эффективной, чем своего.

Достоинства подхода:

- намного более ориентированный на конкретную фирму комплекс автоматизации, обычно покрывающий полный требуемый набор функциональности при явном отсутствии “излишеств”;
- независимость фирмы от стороннего поставщика;
- обычно очень высокое качество, эффективность и оперативность "поддержки" (никто не знает всех особенностей бизнеса в фирме лучше ее собственных сотрудников).

Недостатки подхода:

- большое (причем подчас трудно прогнозируемое) время разработки;
- во многих случаях, большая величина затрат.

Наличие такой базы данных позволяет сформировать информацию для принятия решений. Сама по себе информационная система не является инструментом для принятия управленческих решений. Решения принимаются людьми. Но система управления в состоянии представить или «подготовить» информацию в таком виде, чтобы обеспечить принятие решения. Системы поддержки принятия решений в состоянии обеспечить, например:

- отслеживание эффективности работы различных участков и служб для выявления и устранения слабых звеньев, а также для совершенствования бизнес-процессов и организационных единиц (т.е. анализ информации может привести к изменению правил выполнения тех или иных управленческих процессов и даже к изменению организационной структуры предприятия);
- анализ деятельности отдельных подразделений;
- обобщение данных из различных подразделений;
- анализ показателей различных направлений финансово-

хозяйственной деятельности предприятия для выделения перспективных и убыточных направлений бизнеса;

- выявление тенденций, развивающихся на предприятии, так и на рынке.

Не следует забывать и о том, что работать с системой придется обычным людям, являющимся специалистами в своей предметной области, но зачастую обладающими весьма средними навыками в работе с компьютерами. Интерфейс информационных систем должен быть им интуитивно понятен.

В итоге размышлений над данной темой, можно сделать вывод о том, что ИС-необходимая и неотъемлемая часть крупной и успешной компании. Если предприятие рассчитывает по среднесрочным и долгосрочным планам расширяться, занимать лидирующие позиции на рынке - самостоятельная разработка ИС просто необходима.

Использованные источники:

1. Методическое пособие по курсу «Основы менеджмента» Алесинская Т. В. Часть 1;
2. Методическое пособие по курсу «Основы менеджмента» Алесинская Т. В. Часть 2;
3. http://www.intuit.ru/studies/courses/1055/271/lecture/6880?page=6;
4. http://www.prestima.ru/notes/6260822;
5. http://studme.org/128005288783/informatika/vidy_informatsionnyh_sistem_printsipy_sozdaniya;
6. http://alexandr-kisele2011.narod.ru/inform.html;

Хлебникова А.И., к.э.н.
доцент
кафедра «Менеджмента и инновационных технологий»
Зайцева Д.М.
студент гр. УЭбо 2-4, 2 курс
Горелкина Т.Г.
студент гр. УЭбо 2-4, 2 курс
Институт управления в экономических, экологических и социальных системах
Южный федеральный университет
Россия, г. Таганрог

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассматриваются и оцениваются риски, которые могут возникнуть при построении информационной системы. Так как значимость роли информации в современной экономике возрастает, исследуемая тема особенно актуальна, учитывая, что в современном мире, для многих предприятий, на их работу существенно влияет, то, какие ими

используются ИС.

Ключевые слова: предприятие, информационные системы, риски.

This article discusses and assesses the risks that may arise in the construction of information system. Since the importance of the role of information in today's economy grows, researched topic is particularly relevant, given that in the modern world, for many businesses, its work significantly affects, then, which they use IP.

Keywords: enterprise information systems risks.

Риски, связанные с внедрением ИС, можно условно разделить на две группы:

1. Риски, связанные с обеспечением непрерывности работы бизнеса с информационной системой, группа рисков связана с вопросами эксплуатации ИТ - систем, обеспечения коммуникаций, информационной безопасности, сохранности информации, восстановления после аварий и т.д. Каждый из этих вопросов – тема, связанная с различными областями знаний, и требует отдельного изучения.
2. Риски, в проектах внедрения информационных систем управления предприятием класса ERP, CRM, SCM и пр. И они связанны, прежде всего – в их идентификации.

Согласованный участниками проекта и приоритизированный список рисков далее используется в качестве исходных данных для разработки комплекса мероприятий, направленных на снижение влияния рисков, которые имеют значимость выше определенного порога (с некоторыми рисками приходится просто мириться). Здесь опыт консультанта используется для выбора наиболее подходящих решений. Часть проектных рисков можно снизить, следуя соответствующим стандартам и методикам выполнения проектов внедрения информационных систем. Так, риски, связанные с несоответствием или недостаточностью функций ИТ-системы требованиям предприятия, можно уменьшить, используя лучшие практики стандартов проектирования ИС, начиная от ГОСТ 34 и до применения специализированных методологий вендоров и выполняя процедуры утверждения функциональных требований владельцами процессов.

Риск выбора продукта, не соответствующего требованиям, снижается при соблюдении формализованной методологии выбора технологической платформы системы. Риски, связанные с превышением бюджета и сроков выполнения проекта, снижаются применением процедур контроля бюджета и сроков, соблюдением проверенных методик управления проектами. А риск неэффективного использования системы после внедрения можно уменьшить путем обучения пользователей, регламентации работы с системой, ведения актуальной справочной информации для пользователей, а также организацией эффективной поддержки и сопровождения системы. И важнейшим условием становится постоянный мониторинг рисков на основании регулярных отчетов о состоянии и ходе проекта.

Под риском проекта понимают потенциальную, численно измеримую возможность неблагоприятных ситуаций и связанных с ними последствий в виде ущерба, убытков, неблагоприятного изменения основных управляемых параметров проекта. Такие ситуации могут возникать в связи с неопределенностью, то есть со случайными изменениями условий экономической деятельности, неблагоприятными, в том числе форс-мажорными, обстоятельствами, а также в связи с возможностью получения непредсказуемого результата в зависимости от предпринятого или не предпринятого действия».

Управление рисками, естественно, охватывает весь цикл проекта – от подготовки до завершения, но наиболее важным оценка будущих рисков на стадии подготовки проекта. Эта работа должна проводиться совместно и интерактивно: заказчика с исполнителем. В этом плане полезно, если проекту внедрения ERP-системы предшествует этап бизнес-диагностики или разработки ИТ-стратегии, так как уже заранее часть наиболее важных рисков может быть определена и учтена. При внедрении ИС встречаются риски, типовые для большинства проектов в IT, а именно нехватка квалифицированного персонала, квалификация и мотивация команды внедрения, качество проработки бизнес-процессов, качество тестирования, собственно подготовка к переходу на новую систему.

Внедрение ИС приводит к тому, что число операторов, управляющих цепочкой, сокращается. Возрастают требования к качеству вносимых данных и к точности работы операторов. Во избежание риска внесения ошибочных данных в рамках проекта внедрения необходимо закладывать дополнительные процессы, позволяющие гарантировать качество вносимых данных и правильность принимаемых решений.

Так же, немало важным риском проекта внедрения ИС является неправильная работа интерфейсов между ИС и другими системами, в первую очередь системой управления ресурсами предприятия (ERP). Во избежание риска неправильной работы интерфейсов необходимо: четко описать процессы, которые влияют на интерфейс между системами. Обязательно описать работу интерфейсов в случае исключительных ситуаций по процессам; тщательно настроить интерфейсы; подготовить план тестирования, включающий проверку работы интерфейса в случае исключительных ситуаций; протестировать работу интерфейса для всех исключительных ситуаций еще до запуска системы в промышленную эксплуатацию.

Следующим важным риском при внедрении ИС является квалификация команды внедрения. Члены команды внедрения со стороны поставщика системы должны иметь успешный опыт запусков ИС. Еще один важный риск, который надо контролировать при внедрении ИС, – это качество проработки бизнес-процессов. Процессы работы должны быть детально документированы. При этом особое внимание надо обратить на исключительные ситуации. Например, должны быть описаны ветви бизнес-

процессов.

Тестирование – один из самых трудоемких этапов внедрения. Перед проведением тестирования следует разработать его подробный план. Обязательно тестирование должно включать моделирование всех исключительных ситуаций. На финальном интеграционном тестировании важно проверить все процессы, включая исключительные ситуации, с привлечением нескольких сотрудников с использованием нескольких радиотерминалов.

Проекты внедрения ИС имеют ряд особенностей, отличающих их от других типов проектов. Они вытекают из того факта, что любой такой проект - это по сути дела реорганизация системы управления предприятием. Одна из особенностей проектов внедрения ИС - недостаточная ясность всего перечня работ, которые предстоит выполнить в ходе проекта, моменты, относящиеся, как правило, к тактическим задачам, которые не могут быть оценены и спланированы однозначным образом до начало проекта.

Основную роль в реализации проекта играет проектная группа, состоящая как из сотрудников предприятия, на котором внедряется ИС (из разных подразделений), так и внешних консультантовКак уже отмечалось, в ходе проекта происходит реорганизация (в той или иной мере) системы управления, и эти изменения затрагивают практически всех работников управленческого аппарата. Люди должны быть готовыми к таким изменениям.

При внедрении ИС проекта требуется провести большую работу по подготовке проекта, сбору данных о логистических потоках, издержках, планах развития компании, четко контролировать ситуацию на смежных проектах, которые могут повлиять на проект внедрения. Должен быть правильно выбран момент старта проекта. К проекту привлекают высококвалифицированных сотрудников, как со стороны заказчика системы, так и со стороны исполнителя – поставщика системы. Должны быть тщательно регламентированы и протестированы процессы, по которым будут работать в результате внедрения ИС, хорошо отлажены и протестированы интерфейсы с другими системами.

Потребности бизнеса, высокая конкуренция, конечные пользователи, развитие современных технологий управления выдвигают все новые и новые требования к автоматизации и информатизации. Те информационные потоки и информация, которые вчера казались малозначимыми, сегодня становятся необходимыми для построения адекватной современным потребностям системы управления предприятием.

Хлебникова А.И., к.э.н.
доцент
кафедра «Менеджмента и инновационных технологий»
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ревякин Б.Н.
магистрант гр. Уэмо 1-5, 1 курс
Жиденко Н.Н.
магистрант гр. КТмо 1-4, 1 курс
«Институт компьютерных технологий
и информационной безопасности»
Россия, г. Таганрог

РАЗВИТИЕ ФРИЛАНСА В РОССИИ И УПРАВЛЕНИЕ КОМАНДАМИ РАЗРАБОТЧИКОВ-ФРИЛАНСЕРОВ

Статья посвящена исследованию развития фриланса в России и управлению командами разработчиков-фрилансеров. Рассматриваются фриланс, развитие фриланса в России. Выделяются основные моменты управления командами фрилансеров. Также описаны некоторые предпосылки перехода на фриланс и его актуальность.

Ключевые слова: фриланс, фрилансер, удаленная работа, инструменты управления.

FREELANCE DEVELOPMENT IN RUSSIA AND MANAGEMENT THE DEVELOPMENT TEAM – FREELANCER

The article investigates the development of freelancing in Russia and management of development teams - freelancers. We consider freelancing development in Russia. Highlighted the main points of management teams of freelancers. Also described are some of the prerequisites of transition to freelance and its relevance.

Keywords: freelance, freelancer, remote job management tools.

В настояшее время теневая занятость с целью ухода от налогов и получения сверхприбыли на стороне отходит на второй план, с развитием научно-технического прогресса и информационных технологий идет рост открытой неформальной занятости. Под этим понимается удаленная занятость, самозанятость и другие виды занятости в основе которых лежит снижение зависимости работника от работодателя. Такой вид занятости и называется фрилансом. [1]

В странах Западной Европы и США фриланс уже давно распространен и развит, и так же имеет некоторые подкрепления в законодательной базе. В России он еще слаба развит и многие не принимают такой вид занятости за реальную работу и реальный шанс зарабатывать. Но тем не менее он набирает обороты и развивается.

Наиболее популярные во фрилансе профессии это конечно же связанные с интернетом и компьютерными технологиями. Большинство работает программистами, web-дизайнерами, а также работа с аудио и видео. В оффлайне коучинг представлен репетиторами, которые тоже по большей

степени находятся «в свободном плавании».

В настояшее время все больше и больше сотрудников компаний, выпускников и молодых специалистов ориентируются именно на более гибкие формы работы.

Ситуация на рынке фриланс-услуг такова, что многие фрилансеры работают по заключенным краткосрочным или долгосрочным трудовым договорам гражданско-правового характера или просто по устной договоренности с работодателем. [1]

Фрилансер — это некое частное лицо, берущееся выполнить какой-то объем работы (задание). В какой-то мере под понятие фрилансер попадает и ИП (Индивидуальный Предприниматель), но эти определения не тождественны. Фрилансер это, как правило, один человек, нанимающийся выполнить определенные здания, а ИП может сам иметь штат работников, для которых будет являться руководителем (работодателем). [2]

Для заказчика фрилансер по сравнению со штатным сотрудником может быть более привлекателен с точки зрения выполнения и качества работы. В кампании может вообще не быть офисных работников, а только фрилансеры (или их число может быть существенно уменьшено). Это позволяет сэкономить на аренде помещений и их обстановке. Зачастую высококлассные и не сильно запрашивающие за свою работу специалисты могут найтись на другом краю света. При этом каких-то существенных недостатков найма именно фрилансеров для выполнения той или иной работы не просматривается.

Управление командами, состоящими из большего количества удаленных сотрудников или полностью состоящая из таковых не составляет в наше время никакого труда. Важным здесь является обратить внимание на основные принципы, которых следует придерживаться, и тогда работа будет слаженной, быстрой и продуктивной.

Для менеджера проекта необходимо установить четкие сроки и ожидания в начале проекта, чтобы работники смогли правильно планировать время и темпы их работ. При работе с фрилансерами существует немало приложений, которые облегчают процесс общения сотрудников и обмен между ними информацией.

Используя обычное программное обеспечение, менеджеры могут сделать доступными для всеобщего просмотра и редактирования детали проекта, легко доводить до сведения членов проектной команды любые изменения в проекте, новые инструкции. Члены команды могут получать документы и обмениваться ими без возникновения проблем с брандмауэрами или спам-фильтрами, они могут давать советы или получать замечания, используя чат-клиент или форум. Наличие общих календарей избавляет от необходимости планирования совещаний, поскольку вы всегда видите, когда доступен тот или иной сотрудник.

Выбор инструментов управления напрямую зависит от задач менеджмента. Подбор инструментов осуществляется под специфичные

требования проекта. Размер команды, её «качество», способы мотивации, общий стиль управления в компании, стоящие перед командой задачи, степень агрессивности конкурентной среды — все это повлияет на выбор инструментов. [3]

Можно выделить два важных аспекта коммуникации: технический и аспект менеджмента. Технически задача коммуникации в распределенной команде решается сегодня достаточно легко: голосовая и видео связь, мессенджеры (в том числе и с возможностью групповых чатов, аудио и видеоконференций), передача любых видов данных, совместная работа с документами, таск и тайм-трекеры.

Важно установить регламент и заставить всех следовать правилам. Полезно также установить определенные часы проверки электронной почты. Так как постоянно приходящие сообщения электронной почты очень сильно отвлекают, то можно, например, установить интервал проверки почты раз в два часа. Если не хватает информации в виде текста, голоса, то можно установить программу, предоставляющую удаленный доступ к вашему рабочему столу.[3]

Проблемы разницы во времени и отсутствие личного контакта решаются в первом случае четким планированием времени, когда необходимо выходить на связь, а во втором — или периодическими встречами в оффлайне или правильным с точки зрения психологии подбором сотрудников, которые не устают от работы в одиночестве и не скучают по общению.[3]

Важно подчеркнуть, что если не контролировать, кто и сколько делает, кто работает более эффективно, то производительность команды упадет в разы за один месяц. При увеличении команды, когда она становится больше 2-3 человек, ведение записей в календарях, экселе, ворде или google docs может уже стать недостаточным. Может потребоваться, например, введение ежедневных отчетов о потраченном времени по часам, с записью, например, не менее 3 задач в день. Учет времени по задачам можно вести с помощью time tracking software, например, Time Tracking primaERP или Toggl. Необходимо установить крайнее время отправки отчета руководителю (например, 12 часов ночи). Необходимо установить лимиты на опоздания с отчетом, после превышения которых с сотрудником придется расстаться. Или, как более гуманный вариант, не оплачивать рабочие часы за этот день. Тайм-трекер в какой-то степени организует сотрудников, не дает им расслабиться. [3] Для контроля и планирования нагрузки на следующие месяцы можно использовать разнообразные таск-менеджеры: Trello, Basecampи т.д. Trello — достаточно неплохое приложение с итерационным подходом к реализации проекта. На каждую итерацию можно выделить, например, неделю и написать фиксированный список задач. Если задачи успевают за это время переместиться с левой стороны в правую, значит, неделя прошла успешно. Можно использовать простую таблицу, в которой будут расписаны краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные цели и

задачи. Если не фиксировать цели и задачи в письменном виде, то цели и приоритеты начинают «плыть». Компания начинает двигаться в направлении удобном для сотрудников, а не в том направлении, куда это необходимо для бизнеса.[3]

Использованные источники:

1. «Фрилансеры» инновационная форма трудовой занятости. http://cyberleninka.ru/article/n/frilansery-innovatsionnaya-forma-trudovoy-zanyatosti[Электронный ресурс] / [Режим доступа: свободный] / (Дата обращения: 19.12.2015).
2. Что такое фриланс и кто такой фрилансер. http://ktonanovenkogo.ru/zarabotok_na_saite/chto-takoe-frilans-kto-takoj-frilanser-udalennaya-onlajn-rabota-internete.html[Электронный ресурс] / [Режим доступа: свободный] / (Дата обращения: 17.11.2015).
3. Опыт управления распределенной командой, инструменты коммуникации и контроля ее работы http://megamozg.ru/post/18510/[Электронный ресурс] / [Режим доступа: свободный] / (Дата обращения: 17.11.2015).

Чекамеева М.П.
преподаватель
отделение среднего профессионального образования
Ковылкинский филиал
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Ковылкино

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Современные информационные технологии являются эффективным средством обучения иностранным языкам. Информационные технологии помогают реализовать личностно-ориентированный подход к изучению языка, так как в процессе обучения формируется и развивается коммуникативная культура и практическое владение иностранным языком. Компьютерные технологии дают возможность дифференцировать обучение с учетом способностей студентов, формируют умения самостоятельно приобретать знания и вести исследовательскую деятельность.

Современные информационные технологии обеспечивают активное, творческое овладение учащимися изучаемого предмета, позволяют изложить материал на новом качественном и более высоком уровне [3]. Информационные технологии обеспечивают доступ к учебной информации, дают возможности поиска, сбора и работы с источником, в том числе в сети Интернет, который относится к средствам доставки и хранения информации. Опыт применения на практике информационных технологий позволяет обеспечивать переход от механического усвоения знаний к овладению умением самостоятельно приобретать новые знания.

Компьютерные технологии способствуют раскрытию, сохранению и развитию личностных качеств учащихся, ускоряют процесс обучения,

способствуют мотивации, позволяют индивидуализировать процесс обучения, улучшают качество усвоения изучаемого [1].

Чаще всего в учебном процессе используются элементы информационных технологий: электронные учебники и пособия, интерактивные доски, электронные энциклопедии, справочники, тренажеры и программы тестирования, образовательные ресурсы Интернета, электронная почта, форумы, DVD и CD диски с иллюстрациями, видео - аудиотехника, интерактивные карты и атласы, интерактивные конференции и конкурсы, материалы для дистанционного обучения. Широко используется презентация. Она дает возможность систематизировать приобретенные знания и навыки применять их на практике, а также возможность реализовать интеллектуальный потенциал.

На занятиях по иностранному языку можно решить целый ряд дидактических задач, используя материалы Интернет:

– пополнять словарный запас студентов и формировать навыки и умения чтения;

– совершенствовать умения письменной речи;

– развивать умения аудирования на основе аутентичных звуковых текстов;

– совершенствовать умения монологического и диалогического высказывания;

– знакомиться с культурой и традициями страны изучаемого языка умения;

– создавать устойчивую мотивацию для изучения иностранного языка.

Компьютерные технологии повышают качество обучения, позволяют удовлетворять и развивать познавательные интересы студентов, повышают наглядность обучения, помогают студентам преодолеть психологический барьер на пути использования иностранного языка как средства общения. Работа студентов становится более эффективной, что позволяет повысить темп изучения учебного материала и увеличить объем самостоятельной работы на занятиях и после них. Информационные технологии приближают процесс обучения иностранному языку к реальным условиям, наиболее полно удовлетворяют дидактическим требованиям. При этом применяются методические приемы, которые позволяют выполнять ознакомление, тренировку и контроль.

Осуществление взаимодействия между преподавателем и учащимися с помощью интернет-технологий и использование Интернет-ресурсов при обучении иностранному языку позволяет вывести лингвистическую и социокультурную подготовку на уровень активного, познавательного творчества [2].

Информационные ресурсы совершенствуют языковую компетенцию, поддерживают познавательный интерес студентов к применению информации различной степени трудности, соответствующей уровню его

подготовки. Применяя информационные технологии, студенты получают представления об исследовательской деятельности, формируются умения ориентироваться в информационном пространстве и самостоятельно принимать решения. Но прежде чем применить, то или иное средство обучения, следует оценить уместность его использования, учитывая, будет ли оно способствовать повышению эффективности и качества учебного процесса [3].

Применение компьютерных технологий не сможет сыграть роль преподавателя иностранного языка, воспроизвести воспитательную деятельность преподавателя; заменить компьютерными технологиями эмоциональное взаимодействие. Информационные ресурсы формируют иноязычную коммуникативную компетенцию, выступают не целью процесса обучения, а средством его реализации.

Использованные источники:

1. Дмитриева Е.И. Дидактические возможности компьютерных телекоммуникационных сетей для обучения иностранным языкам// Иностранные языки в школе. – 1997. – №4. – С. 22-26.
2. Ивенин Ф.В. Об использовании Интернет-ресурсов в процессе формирования социокультурной компетентности учащихся. – СПО. – №8. – 2014.
3. Коренькова, М.М., Малинина И.А. «Использование мультимедийных средств обучения английскому языку». Кафедра иностранных языков НИУ ВШЭ Нижний Новгород. (Электронный ресурс)

Шарафутдинов А.Г., к.э.н.
доцент
кафедра «Бухгалтерский учет, статистика и информационные системы в экономике»
Муратова В.Л.
студент, 3 курс
экономический факультет
Башкирский государственный аграрный университет
Россия, г. Уфа

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ

В данной статье рассматривается проблема информационной безопасности в сфере экономики. На сегодняшний день информация превратилась в экономическую категорию, стала одним из важнейших элементов рынка. Механизмы управления информационной безопасностью существенно отстают в развитии от современного уровня информатизации, что способствует росту уровня киберпреступности. Для активного формирования, развития и защиты национального информационного пространства и ресурсов, должны использоваться адекватные методы и средства, которые базируются на соответствующих современных информационно-аналитических

технологиях.

Ключевые слова: информационная безопасность, киберпреступность, кибервойна, кибершпионаж, информатизация.

В современных условиях именно развитие информационных технологий и уровень информационной безопасности будут определять место государства на международной арене. Что также является важным, это то, что в ближайшее время зависимость всех сфер деятельности общества и государства от информационных систем будет только расти и требовать повышения качества новейших технологий.

Сегодня информация перестает быть только технической категорией. Внедрение и распространение новейших технологий способствовало тому, что информация превратилась в экономическую категорию, стала одним из важнейших элементов рынка и фактором, регулирующим уровень развития не только производства, но и экономики в целом, ведь подавляющее большинство экономических связей приобретают форму обмена информацией.

В рыночной экономике информация становится товаром и ее получение, хранение, передача и использование должны подчиняться законам товарно-денежных отношений, то есть информация становится объектом и инструментом управления. Информационные воздействия могут вызывать результат не сразу, а спустя длительное время. Определяющим фактором жизнедеятельности современного общества становится глобализация информационных ресурсов [1, с. 136].

Стоит отметить, что механизмы управления информационной безопасностью существенно отстают в развитии от современного уровня информатизации, что способствует росту уровня киберпреступности, которая в свою очередь вызывает тяжелые, а иногда и необратимые последствия для государства, предприятия, общества, личности. В глобальном плане наблюдается широкий диапазон киберпреступлений, которые включают преступления, совершаемые в целях получения финансовой выгоды, преступления, связанные с использованием информации, содержащейся в компьютере, а также преступления, направленные против конфиденциальности, целостности и доступности компьютерных систем [2, с. 8].

Также следует отметить, что главной сферой киберпреступности является экономика.

Экономические последствия в информационном пространстве достаточно трудно подсчитать, потому что за расследованием таких случаев обращается только треть пострадавших, а также, потому что отсутствуют механизмы оценки фактических и возможных последствий. Определенно важными в настоящее время являются вопросы, относящиеся к информационной сфере и их влияния на экономику информационных угроз и информационных воздействий.

Например, по данным Совета Европы мошенничество с кредитными

карточками стоит около 400 млн. долл. убытков ежегодно, тогда как вирусные угрозы за то же время вызывают убытков на 12 млн. долл.

А доходы от незаконного использования патентов и торговых марок составляют 250 млн. долл., что составляет 5% от объемов мировой торговли.

Основными мотивами совершения преступлений, связанных с информацией является именно киберпреступность - 59,8% зафиксированных случаев, и кибершпионаж -17,2% случаев, хакерство -13,8%, а только 9,2% - ведение кибервойны.

Любые технические средства по своей природе потенциально обладают каналами утечки информации. Под каналом утечки информации принято понимать физический путь от источника конфиденциальной информации, по которому возможна утечка охраняемых сведений, к злоумышленнику. Для возникновения (образования, установления) канала утечки информации необходимы определенные пространственные, энергетические и временные условия, а также соответствующие средства приема и фиксации информации на стороне злоумышленника [3].

Таким образом, в условиях глобализационных процессов и ежеминутно растущему влиянию информационных технологий вопрос информационной безопасности стоит на первом месте, ведь информация действительно стала одной из главных категорий, влияет практически на все сферы деятельности государства: от политики до экономики и культуры.

Поэтому важными в настоящее время являются вопросы, которые относятся к информационной сфере и их влияния на экономику. Для активного формирования, развития и защиты национального информационного пространства и ресурсов, должны использоваться адекватные методы и средства, которые базируются на соответствующих современных информационно-аналитических технологиях, которым сегодня уделяется мало внимания на государственном уровне.

Использованные источники:

1. Мельник Л. Г. Информационная экономика/ Л. Г. Мельник. –М: Университетская книга, 2003. – 284 с.
2. Кашпрук Н Международная информационная безопасность как актуальная проблема современности. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://naub.org.ua/?p=1050
3. Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности/ А. Н. Асул, учебник. СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 336с.

Шарафутдинов А.Г., к.э.н.
доцент
Башкирский Государственный Аграрный Университет
Мухамадеева В.Р.
студент 2 курса
факультет «Экономический»
Россия, г. Уфа

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Статья посвящена использования информационных технологий в экономике. Также рассматривается применение информационных технологий в принятие управленческих решений и др.

Ключевые слова: информационные технологии, информатизация, внедрение автоматизации, принятие управленческих решений.

Annotation. The article is devoted to the use of information technology in the economy. We also consider the use of information technology in management decisions and others.

Keywords: information technology, computerization, the introduction of automation, management decisions.

В целом под технологией можно понимать совокупность способов формирования, обработки, изменения свойств, состояния формы сырья, материала или полуфабриката, которые осуществляются в процессе производства той или иной продукции. Когда же речь идет об информационной технологии, то материалом является информация. Продуктом также является информация. Но это качественно иная информация о состоянии процесса, объекта или явления. Технология выступает в виде методов и способов работы с данными персонала и различных технических устройств.

Информационная технология представляет собой систему методов и способов сбора, передачи, обработки, накопления, хранения, представления и применения информационных данных.[84]

В экономике как науке, которая сталкивается с вопросами обработки массивов данных о социально-экономической действительности, информационные технологии получают широкое распространение.

В первую очередь, это информационные технологии обработки данных, предназначенные для решения структурированных задач, по которым есть необходимые входные данные и понятны алгоритмы и иные стандартные процедуры их переработки. Использование информационных технологий и систем на данном уровне сильно повысит производительность труда людей, освобождает его от рутинной работы, возможно, даже приведет к необходимости уменьшения численности работников. Примером

[84] Моисеенко Е.В., Лаврушина Е.Г. Информационные технологии в экономике. – м.: Владос, 2014. – С.87.

решаемых задач может послужить анализ статистических данных о состоянии макроэкономики или финансовом состоянии предприятия.[85]

Иной сферой использования информационных технологий в экономике являются информационные технологии управления. Целью такой технологии является удовлетворение информационных потребностей всех работников организации, которые имеют дело с принятием решений. Она может быть нужна на любом уровне управления. Данная технология направлена на работу в среде системы управления информацией и применяется при худшей структурированности исследуемых задач, если проводить их сравнение с задачами, которые решаются с помощью информационной технологии переработки данных. Информационные технологи управления применяются в деятельности фирм, органов государственной власти. [86]

К технологиям применения информационных технологий относятся и вопросы информатизации работы офиса. К офисным следует отнести следующие задачи: делопроизводство, контроль управления, само управление, создание отчетов, поиск, ввод и обновление данных, составление расписаний, обмен данными между отделами офиса, между филиалами и организациями. Типовыми процедурами, которые выполняются в перечисленных выше задачах, являются:

- обработка информации входящей и исходящей (ответы на письма, написание отчетов, писем и прочей документации);
- сбор и последующий анализ информации;
- хранение поступивших данных.

Внедрение автоматизации означает прежде всего применение новых форм управления и контроля, которые основаны на работе с одним из существенных ресурсов предприятия. Этим ресурсом выступают достоверные и оперативные данные о процессах в организации. С увеличением размеров бизнеса расширяются и усложняются потоки информации, увеличиваются требования к оперативности сбора, передачи и обработки данных, надежности и безопасности данных систем. В итоге программные решения для полной автоматизации становятся все более дорогими и сложными.

Планируя применение информационных технологий в управлении, российские управленцы стремятся ориентироваться на один из таких вариантов:

- осуществлять проект силами собственных специалистов по автоматизации;
- адаптировать готовые решения российских или западных поставщиков;
- с помощью фирм, которые профессионально занимаются

[85] Информационные системы и технологии в экономике и управлении / Под ред. В.В. Трофимова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – С.214.

[86] Пономарева С.В. Информационные технологии в экономике. – Пермь: НИПУ, 2014. – С.87.

автоматизацией, осуществлять полностью заказную систему.

У любого из приведенных выше вариантов свои плюсы и свои минусы. Было бы неверно говорить о том, что какой-то из них лучше или хуже иного. Каждый может быть результативным при наличии условий, которые способствуют оптимальному решению всего комплекса задач в течение всего процесса автоматизации.

Информационные технологии используются также при принятии решений.

Основной особенностью информационной технологии поддержки принятия решений выступает качественно новый метод организации взаимодействия компьютера и человека. Выработка решения, что выступает главной целью этой технологии, осуществляется в итоге итерационного процесса, в котором принимают участие:

- система поддержки принятия решений в роли вычислительного звена и объекта управления;
- человек как звено управления, которое задает входные данные и оценивает полученный результат вычислений на компьютере.

Наибольший прогресс среди информационных систем следует отметить в сфере разработки экспертных систем, основанных на использовании искусственного интеллекта. Такие системы дают возможность специалисту получать консультации экспертов по любым вопросам, о которых этими системами накоплены знания.

Таким образом, информационные технологии играют все большую роль в экономике.

Использованные источники:

1. Моисеенко Е.В., Лаврушина Е.Г. Информационные технологии в экономике. – М.: Владос, 2014. – 231с.
2. Информационные системы и технологии в экономике и управлении / Под ред. В.В. Трофимова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 412с.
3. Пономарева С.В. Информационные технологии в экономике. – Пермь: НИПУ, 2014. – 325с.
4. СЕТЕВЫЕ ТОПОЛОГИИ «ШИНА» И «ЗВЕЗДА»: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ Мошкина К.А., Шарафутдинов А.Г. Экономика и социум. 2014. № 2-5 (11). С. 335-337.

Оглавление

СОВРЕМЕННЫЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЕ 3

Антоненко А.А., Можаева Н.А., ФИЗИЧЕСКАЯ КАРТИНА МИРА КАК ПРЕДМЕТ ИЗУЧЕНИЯ В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ ФИЗИКИ 3

Бабаева Р.Г., ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПУБЛИКАЦИЯХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ О ПОЛИТИКЕ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ В.В.ПУТИНА 6

Беляева К.А., Дронова Е.Н., Мыльникова А.В., ТРЕНИНГ СЕМЕЙНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ И ГАРМОНИЗАЦИИ ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ 9

Василенкова Н.И., УЧЁТ ВОЗРАСТНОЙ СЕНЗИТИВНОСТИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРРЕКЦИОННОЙ РАБОТЫ С ПРОБЛЕМНЫМИ ДЕТЬМИ 12

Грищенко Л.П., Чувашова П.И., ОСНОВНЫЕ ПРОФИЛИ В ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ "СЕРВИС" В РФ 16

Грищенко Л.П., Славгородская А.М., СТАНДАРТЫ В ПОДГОТОВКЕ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ ДЛЯ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ 19

Гукова Е.А., ВНЕДРЕНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС РЕШЕНИЯ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ЗАДАЧ 22

Долженкова А.В., РАЗВИТИЕ И РОЛЬ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ СЕГОДНЯ 26

Индутенко А.Н., Чижова В.В., ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАЩИХСЯ НАЧАЛЬНЫХ КЛАССОВ 29

Исламутдинова Д.Ф., Казаков В.Е., ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ 32

Капранов Г.А., ШАХМАТЫ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ – ШКОЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ИЛИ ДЕТСКОЕ УВЛЕЧЕНИЕ? 35

Капранов Г.А., ОТ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ СТУДЕНТОВ - К ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 40

Карельская Л.П., Солодовникова Н., РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ КАК СОЦИАЛЬНОГО ЛИФТА В БОРЬБЕ С БЕДНОСТЬЮ 44

Карельская Л.П., Кулинцева Ю., ФАКТОРЫ, ОБУСЛАВЛИВАЮЩИЕ ПОЯВЛЕНИЕ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА 46

Клочкова Л.В., ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ЛИЧНОСТНОЙ ЗРЕЛОСТИ СТУДЕНТОВ 49

Костюкова Е.И., Лорсанова Х.А., ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В ПЧЕЛОВОДСТВЕ 55

Курочкин В. Н., Грищенко Л. П., АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЕМ 60

Маркова О.В., УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ УЧИТЕЛЕ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ 66

Муженская А.Г., Богачков Р.Д., МЕТОДИКА ПРОФИЛАКТИКИ КИБЕРЗАВИСИМОСТИ УЧАЩИХСЯ 8 КЛАССОВ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ 71

Муженская А.Г.,Даниелян С. С., МЕТОДИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОФИКАЦИИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМАТИКЕ В 8 КЛАССЕ 74

Муженская А.Г., Чумаченко Т.И., ПОДГОТОВКА БУДУЩЕГО БАКАЛАВРА ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА С РОДИТЕЛЯМИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УЧАЩИХСЯ 77

Муриева М.В., Бирагова Ф.Р., ПОСТАНОВКА ПРОИЗНОШЕНИЯ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ОВЛАДЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИЕЙ 80

Мыльникова А.В., Дронова Е.Н., Беляева К.А., КОММУНИКАЦИЯ — ОСНОВА КОНСУЛЬТАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОБРОВОЛЬЦА 83

Новгородова Л.Ф., ЛЕВ НИКОЛАЕВИЧ ТОЛСТОЙ И ВЕДИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА. 86

Новгородова Л.Ф., ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ 87

Плаксий С.И., «ЗИЯЮЩИЕ ВЫСОТЫ» РОССИЙСКОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 89

Радченко Н.В., ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ МАГИСТРАТУРЫ К МОНИТОРИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 101

Радченко Н.В., МОНИТОРИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБРАЗОВАНИИ 103

Селезнев В.В., Пилипенко А. С., Ламыг В. С.. ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 105

Сивоконь Е.Е., Лесняк И.Г., ПРОБЛЕМА СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЛИЧНОСТИ, В УСЛОВИЯХ ИОС ШКОЛЫ 107

Сивоконь Е.Е., Милованова Т.А., РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ УЧАЩИХСЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РОБОТОТЕХНИКЕ 110

Сивоконь Е.Е., Милованов А.А., ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЕТЕЙ-ИНВАЛИДОВ 113

Скоморохова Н.А.. АКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ГЕНДЕРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ 115

Скоморохова Н.А., Забара Д.О., ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ РОДИТЕЛЕЙ В ВОСПИТАНИИ МАЛЬЧИКОВ И ДЕВОЧЕК ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА 119

Слинькова Т.В., Журов А.А., ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ЗАСТЕНЧИВОСТИ И СТРАТЕГИЙ СОВЛАДАНИЯ В РАННЕМ ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ 124

Суворова Л.Г., МУЖСКОЕ И ЖЕНСКОЕ: ОБЪЕКТИВНАЯ КУЛЬТУРА И АКТЕРСКАЯ ИГРА 130

Ткаченко М.Е., УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС В СИСТЕМЕ КОЛЛЕДЖ – ВУЗ ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ 132

Томилова Т.И., РОЛЬ SMS – СООБЩЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ 136

Торгунакова Я.П., Кривелева К.Ю., Леонов Д.А., Якунина Ю.С., РАЗВИТИЕ НАУКИ В КУЗГТУ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ 140

Фиапшева Н.М., Тхакахова А.М., ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УЧЕТА ТЕКУЩИХ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ 143

Чернецкая Е.В., ОРГАНИЗАЦИЯ КОРРЕКЦИОННО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ В УСЛОВИЯХ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ 146

Шашеро В. Г., Бова О. Н., Кабыш М.А., ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УРОКЕ ФИЗИКИ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ 150

Шевченко О.Н., АНАЛИЗ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ: ХАРАКТЕРИСТИКА И СОДЕРЖАНИЕ 153

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ И ПРАВА 157

Абдрашитов В.М., Ивлев И.Ю., ПРОБЛЕМА ТЕРРОРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ 157

Аминов С.Н., Ядыкин Р.С., СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ИНСТИТУТА ПРАВОСПОСОБНОСТИ В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ И ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ 161

Арабаджиева С.У., Ломко И.Г., РОЛЬ ПАРТИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 164

Ахметова А.Т., Конарев А.С., Алмоян Н.С., ПРОБЛЕМА ТАЙНЫ УСЫНОВЛЕНИЯ В РОССИИ 167

Ахметова А.Т., Конарев А.С., Алмоян Н.С., ДОКАЗЫВАЕНИЕ В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ 169

Банашко В.Ю., ДЕПРИВАТИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ОТКАЗА ОТ ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ НА ЖИЛОЕ ПОМЕЩЕНИЕ 171

Банашко В.Ю., СУДЕБНЫЕ СПОРЫ ОТНОСИТЕЛЬНО ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ НА ЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ 177

Безгодкова Л.С., АКТИВИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РОССИИ КАК УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПОТРЕБНОСТИ 184

Бесчастнова О.В., Ванькова И.В., МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ 188

Благинин В.А., Назаров А.Д.. Сулимин В.В., К ВОПРОСУ О «НЕОСЯЗАЕМОСТИ» НОРМАТИВНОСТИ МОРАЛИ 191

Гордеев Н.Б., СИСТЕМА ПРЕСТУПЛЕНИЙ ПРОТИВ ПОРЯДКА УПРАВЛЕНИЯ (ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫМ АКТАМ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ СЕРЕДИНЫ XIX – НАЧАЛА XX СТОЛЕТИЙ) 194

Гордеева И.А., АРЕНДА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ В НАЧАЛЕ XX СТОЛЕТИЯ: ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ИМПЕРСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА 197

Громакова В.Г., Попова А.О., Морозова С.А.. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ РОССИЯН ПО ОТНОШЕНИЮ К ПОПЫТКАМ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕРЕВОРОТА В СТРАНЕ 201

Гуляева Я.Б., СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА ПОДРЯДА 204

Донченко Т.С., Лапина Е.Н., РОЛЬ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДА БЮДЖЕТА 209

Загидуллин М.А., Улемаев К.Р., ФИДУЦИАРНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ МАЖОРИТАРНЫХ И МИНОРИТАРНЫХ АКЦИОНЕРОВ 212

Козина А.А., ПОРЯДОК И ОСНОВАНИЯ РАСТОРЖЕНИЯ ДОГОВОРА ЗЕМЕЛЬНГО УЧАСТКА 214

Колеухо О.Е., ВОЗМЕЩЕНИЕ ВРЕДА, ПРИЧИНЁННОГО ТОВАРАМИ, РАБОТАМИ, УСЛУГАМИ 218

Копылов Н.Н., ОСОБЕННОСТИ ПАТЕНТОВАНИЯ В РОССИИ 228

Костомарова Е.О., О НАСТОЯЩЕМ И БУДУЩЕМ БРАЧНОГО ДОГОВОРА.....230

Кроливец Я.Г., ПОНЯТИЕ «ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПОРЯДОК» КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ В ГМУ 234

Малиненко Э.В., Чернокоз Е.М., Чуднова К.С., МОЛОДЕЖЬ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА 237

Меметова Э.Э., РОЛЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В БОРЬБЕ С МЕЖДУНАРОДНЫМ ТЕРРОРИЗМОМ 241

Пахомова А. Т., СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО АБСЕНТЕИЗМА НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ СЕВЕРО – ВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА.....243

Пестова О. Г., Хайруллина Г. Х., ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....251

Петрова Д.Б., ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕФОРМЫ ПРАВИТЕЛЬСТВА МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР.....253

Потанина Е.Ю., ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА В РОССИИ.....257

Страту Е.С., ДОМАШНЕЕ ЖИВОТНОЕ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕННОЙ ОПАСНОСТИ: ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫЕЕ ПРОБЛЕМЫ.....262

Сухова Н.В., Крестинина М.В., ПОЛЬЗА МЕДИАЦИИ В ГРАЖДАНСКОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН.....267

Ткачук Н.А., ДОВЕРИТЕЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ОСОБЕННОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПРАВОВОГО ИНСТИТУТА В РОССИИ.....273

Улемаев К.Р., Загидуллин М.А., ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОРМ О ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИИ ПРАВОМ В КАЧЕСТВЕ СПОСОБА ЗАЩИТЫ ПРАВ УЧАСТНИКОВ ГРАЖДАНСКИХ И СЕМЕЙНЫХ ПРАВООТНОШЕНИЙ.....276

Федорова Т.Ю., Смирнова О.П., РОЛЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ В ТРУДОВЫХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ.....279

Федорова Т.Ю., Мухранов Р.Н., К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ РЕГУЛИРОВАНИЯ БРАЧНОГО ДОГОВОРА.....285

Финогенова А.А., ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННЫХ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ 289

Ханнанова Т.Р., Ахметзянов К.В., ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМИРОВАНИЯ ЖИТЕЛЕЙ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ 291

Ходжаев А.О., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОРЯДКА СОСТАВЛЕНИЯ ПРОЕКТА МЕСТНОГО БЮДЖЕТА: ПРАВОВЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ 293

Шуляк С.О., Защитина Е.К., ОБНАЛИЧИВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, ДОБЫТЫХ НЕЗАКОННЫМ ПУТЕМ, КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ 299

Ямщикова С.Л., ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ СТРУКТУР В СИСТЕМЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ 301

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 305

Антонович Ю.Н., Коваленко Р.К., АНАЛИЗ МЕТОДОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ (ОАО «СБЕРБАНК») 305

Антонович Ю.Н., Хахонин П.Е., ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ИП ХАХОНИН П.Е. (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСКАЯ СТУДИЯ «ЖКХ») 309

Антонович Ю.Н., Овчар Н. С., ОСОБЕННОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ИП ШОКОЛОВА Т.А.) 313

Антонович Ю.Н., Голубцова А. М., АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГК «ХОРОШИЕ РЕСТОРАНЫ» 317

Антонович Ю.Н., Чебонян М.М., АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ООО ГК «СТАНДАРТ ПЛАСТ-ЮГ» 320

Антонович Ю.Н., Бахчевникова Я.С., ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ФК «РОСТОВ» НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА 324

Антонович Ю.Н., Кизогян Р.А., ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «СОЮЗ») 329

Барило Л.В., КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ 332

Барило Л.В., УПРАВЛЕНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА 338

Белькова Д.Б., Курбанаева Л.Х., ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «КОММУНВОДОКАНАЛПРОЕКТ» 342

Биктуганова Г.Ф., Курбанаева Л.Х., АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЭТО») 347

Богатова М.А., МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДРАТЫ ОТЧЕТНОСТИ, ЗАРУБЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА , НЕДОСТАТКИ 354

Богданова Е.Н., Боровиков С.А., ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА 363

Борисов В.Ф., ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АУДИТА ЭФФЕКТИВНОСТИ В АГРОХОЛДИНГАХ 369

Бородай В.А., Герасименко Ю.Ю., КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА – ЗАДАННАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА 375

Бородай В.А., Казьмина Л.Н., ПРОЦЕСС КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ТУРИЗМЕ НА ОСНОВЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА 378

Бочкарева В.А., МАРКЕТИНГ ВЫГОДЫ КЛИЕНТА КАК НОВАЯ ПАРАДИГМА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УСЛУГ 381

Буравцев И.И., СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ 384

Вейдаш А.К., Овчинникова И.В., РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 387

Вирясова Е. В., Туркина О. В., Кукина С. Д., ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ 389

Власова А. Д., Воробьева С.А., СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ 395

Гарифуллина А.Ф., Шубенкова В.А., СООТНОШЕНИЕ ФОРМАЛЬНЫХ И НЕФОРМАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РФ 401

Гладких О.А., Макушева Ю.А., СОКРАЩЕНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ 404

Гордеева А.Г., МЕТОДЫ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ 408

Горшенева О.В., Сенянинова М.Д., МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ НОВОГО ПРОДУКТА НА ПРЕДПРИЯТИИ 411

Горшенева О.В., Павликова Д.А., ПУТИ И СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ 414

Горшенева О.В., Кузнецова Е.А., СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ "МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТ" НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.....417

Горшенева О.В., Савина А.А., СУЩНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОДУКТА ВУЗА 420

Горшенева О.В., Гринь Е., КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: СОДЕРЖАНИЕ И ЭТАПЫ 424

Гребенщикова И.Д., Поленок А.Е., ВЛИЯНИЕ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ МАЛОГО БЗНЕСА НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 427

Громакова В.Г., Дышпан С.А., УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМИ СВЯЗЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ.....430

Губа В.В., Зеленцова А.Э., ИСКУССТВО ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ.....434

Губа В.В., Пасько Ю.О., ДИРЕКТ-КОСТИНГ КАК МЕТОД УЧЁТА ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ 438

Гурдина Е. А., Васенкова Я. В., Грекова И. И., Шуметов В. Г., ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ БАНКРОСТВА.....442

Давлетова А.Н., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ 445

Ергунов А.Н., Сафарова Э.И., ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА УСТОЙЧИВОСТЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ.....449

Ергунов А.Н., Сафарова Э.И., ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ЭЛЕМЕНТА АДАПТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....451

Ермоленко Е.В., ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВИРТУАЛЬНЫМИ КОМАНДАМИ ПРОЕКТА 455

Ерыгина Н.С., РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЙ.....459

Есиков Н.В., КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....463

Загней М.К., КЛАССИФИКАЦИЯ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК 466

Загней М.К., ПОНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....469

Загней М.К., Карачковская О.И., КАЛЬКУЛЯЦИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ 471

Загней М.К., ПРИЗНАНИЕ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ 473

Загней М.К., ДОКУМЕНТАЦИЯ – ЭЛЕМЕНТ МЕТОДА БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА 476

Загней М.К., НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ В БУХГАЛТЕРСКОМ ДЕЛЕ 478

Загней М.К., НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗ ОРГАНИЗАЦИИ 481

Загней М.К., ТРУДОУСТРОЙСТВО МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ 484

Загоруйко Т.А., Бугаян С.А., Ласкова Т.С., ПРИМЕНЕНИЕ СИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА КАК ИНСТРУМЕНТА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ 487

Зарянова Я.В., Долженко Е.Ю., МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ЗАЛОГ ПРОЦВЕТАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ 490

Зарянова Я.В., Долженко Е.Ю., УПРАВЛЕНИЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА КАК ЗАДАЧА СИСТЕМЫ ГРЕЙДОВ 494

Захарова Ю. Н., Панкратова Е. В., ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 497

Звягинцева Ю.С., Бондаренко Д.А., Защитина Е.К., ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 504

Игрунов К.К., Слинков А.М., ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 507

Индутенко А.Н., Безгодкова Л.С., Курочкина Д.А., АНАЛИЗ СОСТАВА, СТРУКТУРЫ, ДИНАМИКИ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА РОССИИ И ОЦЕНКА ЕГО ИСПОЛНЕНИЯ 512

Индутенко А.Н., Забнина Г.Г., Стерлева Д.С., АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ 526

Казарян М.Т., Карпова В.А., ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ 530

Калашникова И.А., Ширяева Н. В., ЭФФЕКТ ОПЕРАЦИОННОГО РЫЧАГА В СИСТЕМЕ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА 533

Катаева Т.М., Петрова М.А., ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ.....538

Кечаева М.С., Никулин А.Н., ОБРАЗ СЛУЖАЩЕГО В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ СОВРЕМЕННОГО МИРА.....542

Кирова Т.Е., МЕТОДЫ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ 545

Колесник В. С., Халявка И. Е., Ляшко А. А., КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....547

Колесник В. С.,, Халявка И. Е., Кургинян М. А., ФАКТОРНЫЕ МОДЕЛИ АНАЛИЗА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....553

Конорева К.В., УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО РОЛЬ.....557

Куренная С.И., Сярдова О.М., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....560

Курочкин В.Н., Шарифов А.М., УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА БАЗЕ IT-ТЕХНОЛОГИЙ 564

Лавренова Е.С., ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В РОССИИ 567

Лазарева Е.И., Бабенко М.А., ОСОБЕННОСТИ И ПРИЁМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....571

Лаптева С.В., Овчинникова И.В., БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ.....575

Малыгина Е. Г., Фагуцист И. А.. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ХОЗЯЙСТВАХ ЗАПАДНОЙ ЗОНЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ 577

Малыгина Е. Г., Журба Т. В., АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОНИЯ ПРОИЗВОДСТВА ОЗИМЫХ ЗЕРНОВЫХ В УЧХОЗЕ «КУБАНЬ» КУБГАУ 581

Малыгина Е. Г., Шамрай А.С., АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ООО ПЗ «НАША РОДИНА» ГУЛЬКЕВИЧСКОГО РАЙОНА 585

Малярова В.В., Останина Е.В., ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ДОСТОВЕРНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТОИМОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИ ЗНАЧИМЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....590

Маракулина Ю.Н., Газина В.Ю., ПРОБЛЕМА КАССОВЫХ РАЗРЫВОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ.....594

Маракулина Ю.Н., Линик А.Ю., ПРОБЛЕМА НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ БУДУЩИХ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ.....597

Маракулина Ю.Н., Цедов В.В., УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КОРПОРАЦИИ И МЕТОДЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ.....600

Маренов Б.И., ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПОИСКА ОРУЖИЯ И БОЕПРИПАСОВ: АНАЛИЗ, ВЫБОР ОПТИМАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ.....603

Маркова Е.Г., СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ (УСЛУГ) НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА «UMBRO» РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ) 607

Маслак Е.Н., Восканян К.А., ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В СФЕРУ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА 610

Михоношин Д.И., Угримова С.Н., ОБЗОР НАУЧНЫХ ШКОЛ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....612

Мостовая И.В., ИДЕНТИЧНОСТЬ ВО ВНУТРИКОРПОРАТИВНОМ ПОЛЕ.....616

Муравьева Т.В., О ПРОБЛЕМАХ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА.....622

Муравьева Т.В., ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ОБЩЕГО МАРКЕТИНГА.....626

Нардина Е.А., Рарова Н.А., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ.....631

РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ.....631

*Нурхаметова С.А., Ширяева Н. В.,*СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....637

Петросян Ш.Г., СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОНТРОЛЛИНГЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.....642

Подопригора М.Г., Костомарова К.В., АНАЛИЗ МАКРООКРУЖЕНИЯ ПАО «УРАЛКАЛИЙ» 648

Подопригора М.Г., Зверева К.С., ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА.....651

Попова И.Ю., МЕНЮ РЕСТОРАННОЙ ИНДУСТРИИ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА.....655

Пушкина Т. Д., Бугаян С. А., РОЛЬ ПСИХОЛОГИИ В ПОСТРОЕНИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РУКОВОДИТЕЛЯ С ПОДЧИНЕННЫМ.....660

Развозжаева Е.А., ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЛИНГ: СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ В АНТИКРИЗИСНОМ ФИНАНСОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ..662

Репина Е.А., Бабенко М.А., ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ СОТРУДНИКОВ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ 666

Русаков Г. В., Костина О. В., АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ 670

Русаков Г. В., Хромцова Л.С., СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НЕФТЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ 676

Русаков Г. В., Хромцова Л.С., ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ 681

Рябов В.М., Рябова Е.В., АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АУДИТА В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ.....687

Салахутдинова Э.Р., Гайсина Э.Ф., АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ООО МТС «ДЮРТЮЛИНСКАЯ».....689

Сёмин А.А., Барило Л.В., РОЛЬ И МЕСТО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА.....693

Сёмин А.А., Труфанов С.А., МЕХАНИЗМ КОНКУРЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ 698

Сибирякова С.Г., АНАЛИЗ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ (НА ПРИМЕРЕ «ФАРАОН») 702

Сибирякова С.Г., АНАЛИЗ ПРИНЦИПОВ ПРОФЕССИОГРАФИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....704

Сибирякова С.Г., УЛУЧШЕНИЕ УСЛОВИЙ ТРУДА ОТДЕЛА КАДРОВ (НА ПРИМЕРЕ ДОМА ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ А.Е. КУЛАКОВСКОГО) 706

Сибирякова С.Г., ОЦЕНКА УСЛОВИЙ ТРУДА НА РАБОЧИХ МЕСТАХ (НА ПРИМЕРЕ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «САХАЭНЕРГО».....708

Сибирякова С.Г., УЧЕБНОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (НА ПРИМЕРЕ КИНОТЕАТРОВ Г. ЯКУТСКА).....710

Сибирякова С.Г., ДОКУМЕНТАЦИЯ ПО ПООЩРЕНИЮ РАБОТНИКОВ И ДИСЦИПЛИНАРНОГО ВЗЫСКАНИЯ.....711

Соболева Е.А., СОЗДАНИЕ МОТИВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕДАГОГОВ 713

Соколова Н.О., Брыдько В.В., УПРАВЛЕНИЕ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫМИ ПЕРЕВОЗКАМИ ГРУЗОВ 717

Соловей Ю.А, ОСНОВЫ ОЦЕНКИ БЮДЖЕТНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ 720

Суворова А.П., Дёмина К.Д., ПРОБЛЕМЫ ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ 724

Устюжанцева А.Н., Хромцова Л.С., ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ «ЗОЛОТОЕ ПРАВИЛО ЭКОНОМИКИ» (НА ПРИМЕРЕ ООО «НЯГАНСКИЕ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СЕТИ») 727

Устюжанцева А.Н.. Арасланов Р.К., ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ (НА ПРИМЕРЕ ООО «НЯГАНСКИЕ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СЕТИ») 732

Черномырдина С.О., ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ 739

Шадрина Е.А., ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ КЛИЕНТОРИЕНТИРОВАННОЙ КОМПАНИИ 743

Шихова А.О., Суворова А.П., ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ФУНКЦИЯ СТОИМОСТНОГО ИНЖИНИРИНГА 750

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 756

Абдуллина А. Б., Шарафутдинов А. Г., ТРУДНОСТИ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ЗНАНИЙ В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ 756

Авдеева Е.А., Авдеев А.С., ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕХОДА К ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМУ СПОСОБУ ПРОИЗВОДСТВА 759

Амплиев Е.А., Шилов А.К., ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ КРИПТОГРАФИЧЕСКИХ УСТРОЙСТВ ОТ КРИПТОАНАЛИЗА НА АППАРАТНОМ УРОВНЕ 764

Анисимова А.М., Савина И.Д., Пискунова Е.Ю., АУДИОБРЕНДИНГ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РАДИО 768

Анисимова Э.С., ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ DBFORGE STUDIO FOR MYSQL В РАБОТЕ С БАЗАМИ ДАННЫХ 770

Анисимова Э.С., SCADA-СИСТЕМА GENESIS32 ПРИ МОДЕЛИРОВАНИИ КОНВЕЙЕРНОЙ СИСТЕМЫ 773

Анисимова Э.С., КЛАССИФИКАЦИЯ ПОДХОДОВ К ИДЕНТИФИКАЦИИ РУКОПИСНОЙ ПОДПИСИ 776

Ахатова Д.Ф., Шарафутдинов А.Г., ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-СЕТЕВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ .. 778

Бажин А.А., Агрызкова Е.С., СЕТЕВЫЕ СЕРВИСЫ КАК ОСНОВА БУДУЩЕЙ IT-ИНДУСТРИИ 781

Бажин А.А., Ушакова О.Н., ОБЛАЧНЫЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ КАК ЭВОЛЮЦИЯ IT-СЕРВИСОВ 784

Басманов С.Н., Басманова А.А., РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ КОМПЛЕКСНОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ПОТОКАМИ В РАМКАХ МЕДИЦИНСКОГО ДИАГНОСТИЧЕСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ 787

Басманов С.Н., Басманова А.А., РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МЕДИЦИНСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ МЕТОДОМ СТРУКТУРНОГО АНАЛИЗА 790

Блохина Ю.Н., ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ 793

Богданова Е.Н., Маслов М.В., МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БАНКОВ НА РЫНКЕ POS-КРЕДИТОВАНИЯ В АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ 796

Богомолова М.А., РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ ИМИТАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ 800

Вакалюк А.А., Басманов С.Н., Басманова А.А., РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ИСПЫТАНИЙ КОМПЛЕКСОВ СВЯЗИ 804

Вафина А.К., Захарова К.А., Конюхов М.И., АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ КОНТРОЛЬ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ 807

Горшенева О.В., Анипченко А.А., СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ 818

Горшенева О.В., Бондаренко Н.В., СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ГОРОДЕ РОСТОВ-НА-ДОНУ 821

Грищенко Л.П., Тратникова Т.В., ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН КАК ВИД ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ 824

Губа В.В., Титова Е.А., Григорьев В.Г., СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ ВУЗА С ПРИМЕНЕНИЕМ ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА 827

1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 827

Драч А.Н., Ерохин Г.В., ЯЗЫК NEMERLE КАК АЛЬТЕРНАТИВА «КЛАССИЧЕСКИМ» ЯЗЫКАМ ПРОГРАММИРОВАНИЯ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ.....833

Зуева М.С., ВЛИЯНИЕ ИКТ НА РЫНОК ТРУДА 836

Кечаева М.С., Никулин А.Н., ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ В КЛАСТЕРАХ 842

Кондратьева И.В., Лукьянченко В.П., СТРАТЕГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ МЕДИЦИНСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ИНТЕРНЕТЕ 844

Кочанова Е.Р., Погосян Э.О., Трофимова В.В., АУТСОРСИНГ БАНКОВСКИХ IT-ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ.....850

Кравченко А.В., Ковыршина С.В., АРГУМЕНТАЦИЯ КАК ПРЕДМЕТ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ 855

Крылатова Ю.В., МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕРОВ ЯКУТСКА 858

Курочкин В.Н., Васильев В.В., УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА БАЗЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....860

Курочкин В.Н., Шарифов А.М., УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО СЕРВИСА НА БАЗЕ IT-ТЕХНОЛОГИЙ.....865

Новгородова Л.Ф., ПРИМЕНЕНИЕ ИКТ В ОБРАЗОВАНИИ.....867

Олимова З.Г., Никулин А.Н., ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ.....870

Петяркина В.Н., ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОБРАБОТКЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ 872

Полтева Т.В., ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ.....875

Самадова А.К., Шарафутдинов А.Г., ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЕЙ 878

Самсонов П.Г., Протодьяконова Г.Ю., СОЗДАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ СРЕДЫ РАЗРАБОТКИ DELPHI 10 SEATTLE 881

Санникова Т. С., КОМПЬЮТЕРНЫЕ ВИРУСЫ 883

Субботина А.А., Антипова Е.А., ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ.886

Тотолян Л.А., Орехов Г.С., ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЛАСТЯХ.....888

Федотова Е. С., ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РОССИИ.....891

Федякова Н. Н., Борисова М. А., ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ.....896

Федякова Н. Н., Кирюхина И. А., АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ IIKO В ПОМОЩЬ РЕСТОРАННОМУ БИЗНЕСУ.....899

Хасанов С. Р., Шарафутдинов А.Г., АРХИТЕКТУРЫ ПОСТРОЕНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....902

Хлебникова А.И., Уваров К.И., Ручкин В.И., ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ.....904

Хлебникова А.И., Зайцева Д.М., Горелкина Т.Г., УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ...907

Хлебникова А.И., Ревякин Б.Н., Жиденко Н.Н., РАЗВИТИЕ ФРИЛАНСА В РОССИИ И УПРАВЛЕНИЕ КОМАНДАМИ РАЗРАБОТЧИКОВ-ФРИЛАНСЕРОВ.....911

Чекамеева М.П., ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ.....914

Шарафутдинов А.Г., Муратова В.Л., ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ.....916

Шарафутдинов А.Г., Мухамадеева В.Р., ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ.....919